

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. декана факультету економіки
та управління



Андрій КОЦУР
2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. професора з науково-
педагогічної роботи



Віктор ОСТРОВЕРХОВ
2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ІННІОТ



Святослав ПИТЕЛЬ
" 31 " 08 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА

з дисципліни "YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО"

ступінь вищої освіти – бакалавр

галузь знань – 07 Управління та адміністрування

спеціальність – 075 Маркетинг

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

Кафедра маркетингу

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практичні (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Залік (сем.)
Денна	3	5	28	14	3	6	99	150	5
Заочна	3	6	8	4	-	-	138	150	6

Тернопіль – 2023

31.08.2023

Робочу програму склала
доцент кафедри маркетингу, к. е. н.

Юлія ПРОЦИШИН

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри маркетингу, протокол № 1 від
28 серпня 2023 р.

Завідувач кафедри д.е.н., професор

Тетяна БОРИСОВА

Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 075 Маркетинг,
протокол № 1 від 30 серпня 2023 р.

Голова групи
забезпечення спеціальності

Тетяна БОРИСОВА

Гарант ОП

Людмила ГАЛЬКО

СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

1. Опис дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

Дисципліна «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»	Галузь знань, спеціальність, СВО	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 5	<i>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування</i>	Статус дисципліни <i>вибіркова</i> Мова навчання <i>українська</i>
Кількість залікових модулів – 3	Спеціальність – 075 Маркетинг	Рік підготовки: <i>Денна – 3 Заочна – 3</i> Семестр: <i>Денна – 6 Заочна – 7</i>
Кількість змістовних модулів – 2	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»	Лекції: <i>Денна -28 год. Заочна –8 год.</i> Практичні заняття: <i>Денна – 14 год. Заочна –4 год.</i>
Загальна кількість годин – 150	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Самостійна робота: <i>Денна форма – 99 год. Заочна форма – 138 год.</i> Тренінг, КПІЗ: <i>Денна – 6 год. Заочна – 0 год</i> Індивідуальна робота <i>Денна – 3 год. Заочна – 0 год.</i>
Тижневих годин – 10,7 год., з них аудиторних – 3 год.		Вид підсумкового контролю – <i>залік</i>

2. Мета й завдання дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

2.1. Мета вивчення дисципліни.

Метою викладання дисципліни є освоєння теоретичних та практичних основ YouTube, як відео-платформи. YouTube - найпопулярніша соціальна мережа обміну відео контентом з одним з найдинамічніших графіків приросту користувачів. В даному курсі розкриваються основні аспекти роботи в YouTube, інструменти та функції, способи органічної інтеграції YouTube в маркетингову стратегію компанії.

2.2. Завдання вивчення дисципліни

- надати базові знання щодо сутності YouTube-платформи, його структури, інструменти та сервіси, необхідних для роботи з відео-контентом;
- засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності, навчитися планувати спілкування з клієнтами заздалегідь;
- показати сутність, форми та механізми формування сценаріїв для майбутніх відео-роликів;
- навчити головним підходам та особливостям для візуальної комунікації за допомогою YouTube-каналу.

2.3. Результати навчання.

Після опанування дисципліни студент повинен:

знати:

- як працює сучасна YouTube платформа;
- як скласти сценарій для відео-ролика;
- як оптимізувати відео на YouTube;
- як вибрати необхідне обладнання, локацію для відео-роликів.

вміти:

- аналізувати канали конкурентів;
- використовувати усі інструменти YouTube платформи;
- монтувати відео для YouTube каналу;
- запускати та проводити прямі трансляції з YouTube платформи;
- аналізувати і розуміти основні показники власного YouTube каналу;
- монетизувати відео на YouTube каналі.

3. Програма навчальної дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

Змістовний модуль 1. Створення, налаштування та наповнення каналу на YouTube

Тема 1. YouTube сьогодні.

Сучасна сфера digital – це поле жорсткої конкуренції, і YouTube не виняток. Мати свій канал на YouTube – це важлива потреба сьогодення для будь-якого бізнесу. Оскільки сьогодні більшість людей обирає цифровий формат інформації та мультимедійний спосіб її подання, розглядаємо YouTube як один із ефективних інструментів комунікації з потенційним споживачем.

Тема 2. Створення контент-плану для каналу.

Контент – це заради чого люди приходять на ваш канал, це його інформаційне наповнення, тексти, фото, відео та інше. Адже важливо, щоб ваш канал наповнювався новим контентом, ключове слово тут ПОСТІЙНО. Психологи стверджують, що люди більше дивляться, ніж читають, тому відео-контент має пріоритетну видачу. Відео-контент – чудовий спосіб презентувати компанію та продукцію широкій аудиторії, незалежно від географічного положення. На YouTube існує 4 види відео-контенту, кожен з яких можна застосовувати для просування свого бренду або ж товарів: іміджевий, рекламний, розважальний, продуктовий.

Головна запорака ефективної роботи YouTube-каналу - контент-план, в якому будуть чітко прописані дати виходу роликів, їх теми і відповідальні за цей процес.

Тема 3. Створення сценарію на YouTube.

Блогери - це не тільки актори, дизайнери, сммщики, а й сценаристи. Топові ютубери вже давно знають, наскільки корисно заздалегідь готуватися до зйомки відео і мати поруч листочок з тим, про що збираються говорити. Традиційно сценарії держаться на 3 слонах (3 акти): set up, confrontation, resolution. Або - зав'язка, кульмінація, розв'язка. Сценарій – це ваш найкращий друг на зйомці. Необхідний елемент при створенні відео. Він допомагає легко орієнтуватися при зйомці відео, а також при монтажі. Так ви будете бачити, що ви сказали, де відійшли від теми, який порядок кадрів і що потрібно вирізати / вставити. А особливо зручно з ним прописувати реквізит, який вам знадобиться для відео, і враховувати витрати.

Тема 4. Важливі критерії для вдалого відео.

Створити канал може будь-яка людина незалежно від віку, соціального статусу і місця проживання. Головне - бажання, доступ до інтернету і пристрій для зйомки відео. Але важливо пам'ятати, що особистий YouTube-канал - це не просто розвага, а робота, яка приносить не маленькі гроші. Щоб почати знімати відео, не потрібно відразу купувати дорогу техніку, орендувати студію і проходити курси відеографів. Все найнеобхідніше для зйомки поміщається прямо у вас в кишені!

Змістовий модуль 2. Оптимізація відео та просування каналу на YouTube платформі

Тема 5. Оптимізація відео на YouTube.

Головна ціль назви – зацікавити людину, якій наше відео пропонується для перегляду. У назві потрібно використовувати ключові слова (які використовуються для пошуку контенту). Тема - це свого роду title відеоролика. Даний елемент рекомендується оптимізувати вкрай акуратно. Чим лаконічніше і повно він буде заповнений, тим більше уваги приверне до себе у видачі. Обкладинка відео - це як афіша до фільму. Створювати обкладинку потрібно як художник і психолог - для цього потрібно знати, на які кольори люди звертають увагу в першу чергу, в якій послідовності сприймають зображення, предмети і багато інших нюансів.

Тема 6. Особливості YouTube Shorts.

YouTube Shorts - короткий розділ платформи YouTube для обміну відео-контентом, але зосереджений на вертикальних відео максимальною тривалістю 60 секунд. Дана функція дає можливість охопити нові аудиторії з усього світу. На відміну від звичайних відео YouTube, Shorts менш насичені контентом, що відкриває величезні можливості для власників бізнесу та авторів відео. Формат YouTube Shorts може використовуватися всіма авторами незалежно від їхньої спеціалізації: відеоблогерами, створювачами сімейних каналів, знавцями технологій, майстрами макіяжу, геймерами і навіть оцінювачами іграшок.

Тема 7. Прямі трансляції на YouTube.

YouTube-трансляції останнім часом набирають усе більшої популярності. Це зручний і простий спосіб налагодити контакт із глядачами і підвищити популярність каналу. Все тому, що шанувальникам подобається спілкуватися з авторами в режимі реального часу. За допомогою YouTube Live можна ділитися враженнями, висловлювати свою думку про актуальні події та новини. Крім цього, на панелі управління YouTube Live є багато корисних фіч, в тому числі чат для спілкування і розділ статистики.

Тема 8. Просування каналу на YouTube.

Суть просування каналу Youtube – максимальне залучення і збільшення лояльної цільової активної аудиторії вашого каналу. Залучення нових передплатників, збільшення кількості лайків і коментарів до ваших відео в You Tube можливо через внутрішню пошукову систему цього сервісу відео хостингу. Основне завдання при просуванні вашого каналу – підняти в ТОП видачі по найбільш популярним тематичним і цільовим запитам якомога більшу кількість ваших унікальних відео. Як і в просуванні в пошукових системах необхідно підібрати семантичне ядро, яке буде використовуватися при підготовці, створенні і оптимізації всіх ваших роликів.

4. Структура залікового кредиту з дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

(денна форма навчання)

	<i>Кількість годин</i>					Контрольні заходи
	Лекції	Практ. заняття	Самост. робота	Індивід. робота	Тренінг, КПЗ	
<i>Змістовий модуль 1. Створення, налаштування та наповнення каналу на YouTube</i>						
Тема 1. YouTube сьогодні.	4	2	10		3	Тести, опитування
Тема 2. Створення контент-плану для каналу	4	2	10			Тести, опитування, практичне завдання
Тема 3. Створення сценарію на YouTube.	2	1	10			Тести, опитування, практичне завдання
Тема 4. Важливі критерії для вдалого відео.	2	1	10	1		Тести, опитування
<i>Змістовий модуль 2. Оптимізація відео та просування каналу на YouTube платформі</i>						
Тема 5. Оптимізація відео на YouTube	4	2	14		3	Тести, опитування, практичне завдання
Тема 6. Особливості YouTube Shorts.	4	2	15			Тести, опитування, практичне завдання
Тема 7. Прямі трансляції на YouTube.	4	2	15			Тести, опитування, практичне завдання
Тема 8. Просування каналу на YouTube.	4	2	15	2		Тести, опитування, практичне завдання
Разом	28	14	99	3	6	

(заочна форма навчання)

	<i>Кількість годин</i>		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
Тема 1. YouTube сьогодні.	1	0,5	10
Тема 2. Створення контент-плану для каналу	1	0,5	10
Тема 3. Створення сценарію на YouTube.	1	0,5	18
Тема 4. Важливі критерії для вдалого відео.	1	0,5	20
Тема 5. Оптимізація відео на YouTube	1	0,5	20
Тема 6. Особливості YouTube Shorts.	1	0,5	20
Тема 7. Прямі трансляції на YouTube.	1	0,5	20
Тема 8. Просування каналу на YouTube.	1	0,5	20
Разом	8	4	138

5. Тематика практичних завдань

Практичне заняття №1

Тема: YouTube сьогодні.

Мета: Зрозуміти, що таке відеомаркетинг, хто такі блогери та навчитися створювати YouTube-канал.

Питання для обговорення:

1. Відеомаркетинг на YouTube.
2. Блогер – універсальні та спеціальні навички.
3. Відеоблогінг під час війни: історії блогерів та їх контент.
4. Причини використання YouTube-платформу для бізнесу.
5. Створення каналу з «чистої сторінки».
6. Маркетингова стратегія розвитку каналу.

Практичне заняття №2

Тема: Створення контент-плану для каналу

Мета: Ознайомитися із видами типами та формами контенту, розробити квартальний контент-план для каналу.

Питання для обговорення:

1. Інструменти пошуку ідей та тем для YouTube-каналу.
2. Відео-контент, постановка мети та стратегії.
3. Формати контенту на YouTube (стрім, влоги і відеоблог)
4. Види та типи контенту для YouTube-каналу, їх характеристика
5. Контент-план - перше правило успішного YouTube-каналу

Практичне заняття №3

Тема: Створення сценарію на YouTube. Важливі критерії для вдалого відео.

Мета: Написати сценарій для майбутнього відео-ролика. Оволодіти навиками з підбору та створення локацій для відео (використання обладнання та інвентаря, яке є в наявності, без лишніх затрат).

Питання для обговорення:

1. Яка користь написання сценарію для відео.
2. Як написати сценарій для відео.
3. Категорії хорошого сценарію.
4. Що таке сторіборд (розкадровка) і навіщо він потрібен?
5. Особливості створення відео-роликів на YouTube
6. Що знадобиться для старту.

Практичне заняття №4

Тема: Оптимізація відео на YouTube

Мета: Засвоїти основні критерії для оптимізації відео на YouTube.

1. Питання для обговорення:

1. Загальна характеристика оптимізації відео
2. Основні характеристики назви (теми/заголовку) відео.
3. Опис відео.
4. Як правильно підбирати теги для відео на YouTube
5. Створення обкладинки та «Функція субтитрів».

Практичне заняття №5

Тема: Особливості YouTube Shorts.

Мета: Навчитися знімати та завантажувати YouTube Shorts.

Питання для обговорення:

1. YouTube Shorts – переваги та поради щодо їх ефективності.
2. Як створити та просувати YouTube Shorts?
3. Ідеї для YouTube Shorts, які легко втілити в життя.

Практичне заняття №6

Тема: Прямі трансляції на YouTube.

Мета: Навчитися запускати прямі трансляції.

Питання для обговорення:

1. Прямі трансляції на YouTube – типи, переваги та поради щодо їх ефективності.
2. Формати та методи просування прямої трансляції на YouTube
3. Покрокова інструкція, як налаштувати трансляцію на YouTube
4. Додатковий дохід від трансляцій

Практичне заняття №7

Тема: Просування каналу на YouTube.

Мета: Засвоїти принципи просування YouTube -каналу.

Питання для обговорення:

1. Методи просування для кожного сегмента.
2. Робота з блогерами: колаборації та реклама.
3. Алгоритм проведення конкурсів.
4. Як просувати свої ролики за допомогою соцмереж.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ)

Комплексне практичне індивідуальне завдання реалізується у формі наскрізної практичної задачі, вирішення якої потребує успішного засвоєння змісту дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО» та отримання навиків застосування набутих знань шляхом зйомки відео-роликів та завантаження їх на власні YouTube-канали, групами студентів у кількості 3-5 осіб.

Виконання КПЗ є одним із обов'язкових складових модулів залікового кредиту з дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО». Форма контролю – участь в обговоренні аналізу створеного YouTube каналу та його наповнення. Оцінка за КПЗ виставляється на основі результатів перевірки його змісту та обов'язкового захисту в усній формі.

7. Самостійної роботи студентів

Необхідним елементом успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни є самостійна робота студентів. Організація самостійної роботи студентів вимагає особливої уваги, тому, що частина питань, кожної теми виноситься на самостійне вивчення та практичне застосування студентами. Самостійна робота студента забезпечується системою навчально-методичних засобів, передбачених кафедрою для вивчення навчальної дисципліни. Методичні матеріали передбачають можливість проведення самоконтролю (питання, тестування, виконання завдань) з боку студента.

Самостійна робота над засвоєнням дисципліни може виконуватися у навчальних кабінетах та «Лабораторії нейромаркетингу та реклами», в домашніх умовах.

Кафедра забезпечує консультації з окремих найскладніших тем курсу. Викладачі кафедри здійснюють також поточний і підсумковий контроль та аналізують результати самостійної роботи студента. Навчальний матеріал, передбачений для засвоєння під час самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальними матеріалом, який опрацьовується на навчальних заняттях.

Тематика самостійної роботи студентів

№ теми	Тематика	Кількість годин ДФН	Кількість годин ЗФН
Тема 1	YouTube — король інтернету. Що і як найбільше дивляться українці. Аналіз ТОП-15 україномовних каналів у YouTube.	10	10
Тема 2	Чому в YouTube складно просувати україномовний контент.	10	10
Тема 3	Українці в ютубі: як заробити на власних відео й зацікавити ними глядачів.	10	18
Тема 4	Як правильно вибрати техніку під свої потреби. Технічні основи створення відео від «зроби сам» до «твір мистецтва».	10	20
Тема 5	Як збільшити перегляди YouTube відео оптимізуючи YouTube канал.	14	20
Тема 6	«Монтаж по правилам і без нього» (аналіз існуючих програм для відеомонтажу)	15	20
Тема 7	Як продавати свої товари / послуги в прямому ефірі.	15	20
Тема 8	YouTube-аналітика: статистика та аналіз YouTube-каналу .	15	20
Разом:		99	138

8. Тренінг з дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО»

Тематика: «БІЗНЕС І YouTube корисне і реальне»

Порядок проведення:

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.
2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття.
3. Практична частина реалізується шляхом створенням чек-листа «YouTube-канал для бізнесу».
4. Підведення підсумків. Обговорюються результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносилися на тренінгові заняття.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

В процесі вивчення дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО» використовуються наступні засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- командні проекти;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КППЗ;
- студентські презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Підсумкова форма оцінювання: залік.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни «YOUTUBE ТА БЛОГЕРСТВО» визначається як середньозважена величина, залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Разом
30%	40%	30%	100%
1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 5 балів = 20 балів). 2. Письмова робота = 80 балів	1. Усне опитування під час заняття (4 теми по 5 балів = 20 балів). 2. Письмова робота = 80 балів	1. КППЗ (створення та наповнення YouTube-каналу) = 80 балів. 2. Виконання завдань під час тренінгу = 20 балів	100 балів

Шкала оцінювання

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1	Мультимедійний проектор. Екран проекційний.	1-8
2	Комунікаційне програмне забезпечення (Internet Explorer, Google Chrome, Firefox)	1-8
3	Пакет прикладних програм базових інформаційних технологій: MS Office	1-8
4	Комунікаційне програмне забезпечення (Zoom) для проведення занять у режимі он-лайн (за необхідності)	1-8
5	Система дистанційного навчання ЗУНУ Moodle	1-8

У процесі вивчення дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» студенти користуються обладнанням та інструментами «Лабораторії нейромаркетингу та реклами» ЗУНУ, а саме: проектор, автономна акустика TS SL-1230, акустична система F@D, фотоворота студійні (3 кріплення і фотофони-2 шт), диктофон ZOOM H1, екран проекційний ELITE SCREENS, калькулятор Сітізен, камера-екшн Insta360 Air, камера Logitech, комутатор мережевий D-Link 1005, монопод для камери, плакат-банер інформаційний, стабілізатор Zhiyus Smooth4, фліпчарт Ахент, фотоапарат Canon, фотобокс з під світлою Visico, міні фотобокс, штативи різної величини, кільцеві лампи різного діаметру, кільцева лампа з детектором руху, мікрофон петличний, універсальний бездротовий петличний мікрофон, студійний мікрофон, набір блогера 2 в 1 штатив з зажимом для телефона, поворотний стіл 3D платформа для зйомки відео 360, навушники, софтбокси, EyeTracker, EEG, графічний планшет, маркери, папір.

Навчальна дисципліна передбачає використання такого програмного забезпечення, онлайн-сервісів та онлайн-мереж:

1. <https://www.facebook.com/marketing.tneu.edu.ua>
2. <https://www.instagram.com/marketing.zunu/>
3. https://www.youtube.com/channel/UC6ALojBb_H1Fj-NoR6zwBpw
4. <https://www.stockvault.net/>
5. <https://www.pexels.com/>
6. <https://unsplash.com/>
7. <https://www.lifeofpix.com/>
8. <https://isorepublic.com/>
9. <https://search.creativecommons...>
10. <https://startupstockphotos.com...>
11. <https://picography.co/>
12. <https://www.olegorlov.com/services/tegi-youtube-video/>
13. <https://promo.com/tools/image-resizer/>
14. https://www.youtube.com/watch?v=vuBA_P_n2qI

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Borysova, T., Monastyrskiy, G., Borysiak, O., & Protsyshyn, Yu. (2021). Priorities of Marketing, Competitiveness, and Innovative Development of Transport Service Providers under Sustainable Urban Development. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 78-89. <http://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-07>
2. CreativeSMM. Бізнес і YouTube. Корисне і реальне. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://creativesmm.com.ua/biznes-i-youtube-korysne-i-realne/>
3. Genius Space. 13 ідей про те, як зробити красивий фон для YouTube-каналу [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://geniusmarketing.me/uk/lab/kak-sdelat-krasyj-fon-dya-youtube-kanali/>
4. Галаджун З., Бакай, Р. YouTube як нова форма медіакомунікації. Вісник Національного університету «Львівська Політехніка». Львів, 2020. Вип. 4. С. 117–131.
5. Детектор медіа. YouTube — король інтернету. Що і як найбільше дивляться українці [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/23370/2019-08-20-youtube-korol-internetu-shcho-i-yak-naibilshe-divlyatsya-ukraintsi/>
6. Детектор медіа. YouTube оновив дизайн головної сторінки сайту [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/it-kompanii/post/23769/2019-11-08-youtube-onoviv-dizain-golovnoi-storinki-saitu/>
7. Детектор медіа. ТОП-15 україномовних каналів у YouTube. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/24034/2020-01-09-top-15-ukrainomovnikh-kanaliv-u-youtube-sered-250-naipopulyarnishikh-za-kilkistyu-pidpisnikiv-ne-znaishlosya-i-desyati-ukrainomovnikh-blogeriv/>
8. Детектор медіа. Українці в ютубі: як заробити на власних відео й зацікавити ними глядачів [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/23059/2019-06-19-ukraintsi-v-yutubi-yak-zarobiti-na-vlasnikh-video-i-zatsikaviti-nimi-glyadachiv/>
9. Детектор медіа. Чому в YouTube складно просувати україномовний контент – пояснює фахівець [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/24591/2020-04-29-chomu-v-youtube-skladno-prosuvati-ukrainomovnii-kontent-poyasnyue-fakhivets/>
10. Детектор медіа. Як розвивати свій YouTube-канал. Лайфхаки для новачків [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://ms.detector.media/how-to/post/23653/2019-10-16-yak-rozvivati-svii-youtube-kanal-laifkhaki-dlya-novachkiv/>
11. Іванечко Н. Р., Хрупович С.Є. Контекстна реклама: метрики і КРІ. Галицький економічний вісник. Тернопіль: ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 79–84. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31588>.

12. Іванечко, Н., Процишин, Ю., & Никитишин, Т. (2020). Цифрові технології в роздрібній торгівлі: зарубіжний та Український досвід. *Food Industry Economics*, 12(1). URL: <https://doi.org/10.15673/fie.v12i1.1671>.

13. Кислюк К. В. Рівень українізації та суспільної актуальності топових акаунтів YouTube, Instagram, TikTok. *Культура України: культурологія*. Харків, 2023. Вип.79. С. 7–18.

14. Лазарева, Л. Блог як надсучасний засіб комунікації //Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. URL: <http://www.stattionline.org.ua/obraz/33/2256-blog-yak-nadsuchasnij-zasib-masovo%D1%97-komunikaci%D1%97.html>

YouTube – канал. Кафедра маркетингу ЗУНУ [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.youtube.com/channel/UC6ALojBb_H1Fj-NoR6zwBpw

15. Литвиненко А. Українські Youtube-канали на культурно-мистецьку тематику під час повномасштабного вторгнення росії до України // *Образ*. 2023. Вип. 2 (42). С. 25-37. DOI: [https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.2\(42\)-25-37](https://doi.org/10.21272/Obraz.2023.2(42)-25-37)

16. Процишин Ю. Т., Борисова Т.М. Дослідження векторів використання інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. *Вісник ХНУ*. 2020, №2. С. 130-135. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2\(280\).pdf#page=130](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130)

17. Процишин Ю.Т. YouTube-канал – необхідність сьогодення. *Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. конф. 24–25 вересня 2020 р.* Одеса: ТЕС, С.69-70

18. Процишин Ю.Т. Автоматизація процесів за допомогою чат-бота. *Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ.конф. 29–30 вересня 2022 р.* / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022.С. 106-107. URL: https://mdt-opu.com.ua/files/download/2022/Tezy_2022.pdf

19. Процишин Ю.Т. Важливість використання соціальних мереж для громадського транспорту – «таксі». *Конкурентоспроможність вітчизняних підприємств-надавачів послуг громадського транспорту : актуальні проблеми та європейський досвід їх вирішення : II Всеукраїнська науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих вчених з міжнародною участю (м. Тернопіль, 24-25 жовтня 2019 р.)*. Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С.95-97.

20. Процишин Ю.Т. Ефективність використання Е-mail маркетингу. *«ЛОГОΣ. Мистецтво наукової думки»*. 2019. №5. С. 13-15. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2617-7064/article/view/20>

21. Процишин Ю.Т. Наявність брендбуку–одна з обов'язкових умов створення сильної корпоративної культури. *Молодий вчений*. 2019. № 11 (75). С. 142-145. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-11-75-32>

22. Процишин Ю.Т., Іванечко Н.Р., Крулевський А.В. Інтернет-маркетинг: email-розсилка в освітній сфері. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Випуск 3(77), Ч.2, С. 134-142. URL: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2020-3-39>

23. Рудакова, Т., & Онкович, А. (2022). YOUTUBE-КАНАЛИ В УКРАЇНІ. *Молодий вчений*, 1 (101), 43-46. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-1-101-9>

24. Хрупович С.Є. Борисова Т.М. Використання штучного інтелекту при маркетинговому аналізі неструктурованих даних. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. №1. С. 17-26. URL: <http://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/127/114>

25. Хрупович С.Є. Іванечко Н.Р. Інструменти управління креативним маркетингом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. №1 С. 138-143. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N1\(278\).pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N1(278).pdf).

26. Шон Кеннел, Бенджі Тревіс. Секрети YouTube. Посібник зі зростання кількості підписників та прибутку за допомогою відеовпливу. 2021. С. 204