



SMM4WIN

**Umiejętności marketingu w mediach społecznościowych
w celu wspierania integracji i zatrudnialności młodych
osób niepełnosprawnych**

Project KA205-AEF89D3BP

***Wprowadzenie do
mediów społecznościowych***



Zanim zaczniesz od mediów społecznościowych, warto przedstawić pewne pojęcie o Internecie i ewolucji sieci WWW.



Od momentu stworzenia przez Tima Bernersa-Lee pod koniec 1989 roku, internet ewoluował przez cztery główne etapy (Choudhury, 2014), a mianowicie sieć dokumentów (Web 1.0), sieć ludzi (Web 2.0), sieć danych (Web 3.0), a teraz sieć rzeczy (Web 4.0).



Główne różnice porównawcze między Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0	Web 4.0
1996-2004	2002-2016	2006+	2014+
Read Only	Read and Write Web	Executable Web	Interoperating Web
Links	User participation and Interaction	Understanding contents	Full connections
Websites	Social networks	Semantic web	Internet of things
One Directional	Bi-Directional	Multi-user Virtual environment	Multi-layer real-virtual environment
Static content	Dynamic content	Intelligent analysis	Intelligent actions



Web 1.0 lub „Internet tylko do odczytu” był pasywnym, statycznym i jednokierunkowym sposobem dostępu do treści. Charakteryzował się silnym oddzieleniem dostawców informacji od użytkowników, uważanych jedynie za pasywnych odbiorców informacji.

Web 2.0 wprowadzono interakcję między użytkownikami oraz między użytkownikami a treścią. Charakteryzowały ją serwisy społecznościowe. Sieć szybko została wypełniona mnóstwem platform społecznościowych (np. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram itp.), które umożliwiły zwykłym użytkownikom tworzenie, przesyłanie lub przeglądanie treści.



Web 3.0, Znany również jako sieć semantyczna, charakteryzował się wykorzystywaniem języków znaczników, takich jak Resource Definition Framework (RDF), aby umożliwić odczytywanie danych przez program.

Web 4.0 opierała się na komunikacji bezprzewodowej (urządzenia mobilne lub komputery) łączącej ludzi i przedmioty oraz integrującej świat fizyczny i wirtualny w czasie rzeczywistym. Na przykład samochody autonomiczne łączą czujniki i oprogramowanie do sterowania, nawigacji i prowadzenia pojazdów, a firmy takie jak Google, Uber, Tesla i Nissan opracowują technologie autonomicznej jazdy. W szczególności Google opracował prototyp, który integruje lasery, radar, kamery o dużej mocy i sonar.



Elementy Web 2.0

- Wiki: witryny, które umożliwiają użytkownikom współtworzenia i współpracę i edycję zawartości witryny. Wikipedia to jedna z najstarszych i najbardziej znanych witryn typu wiki.
- Rosnąca popularność oprogramowania jako usługi (SaaS), aplikacji internetowych i przetwarzania w chmurze zamiast instalowanych lokalnie programów i usług.
- Przetwarzanie mobilne, znane również jako nomadity, trend polegający na łączeniu się użytkowników z dowolnego miejsca. Trend ten jest możliwy dzięki rozprzestrzenianiu się smartfonów, tabletów i innych urządzeń mobilnych w połączeniu z łatwo dostępnymi sieciami Wi-Fi.
- Mashupy: strony internetowe lub aplikacje, które integrują uzupełniające się elementy z dwóch lub więcej źródeł.



Elementy Web 2.0

- Sieci społecznościowe: Praktyka poszerzania liczby kontaktów biznesowych i/lub społecznych poprzez nawiązywanie kontaktów przez osoby fizyczne.
- Wspólne wysiłki oparte na możliwości dotarcia do dużej liczby uczestników i ich zbiorowych zasobów, takie jak crowdsourcing, crowdfunding i testowanie crowdsourcse.
- Treści generowane przez użytkowników (UGC): pismo, obrazy, treść audio i wideo – między innymi – udostępniane bezpłatnie online przez osoby, które je tworzą.
- Ujednolicona komunikacja (UC): Integracja wielu form połączeń i funkcji zarządzania wiadomościami multimedialnymi/cross-mediam kontrolowanymi przez indywidualnego użytkownika w celach biznesowych i społecznych.
- Opieka społeczna: wspólne udostępnianie treści zorganizowanych wokół jednego lub kilku konkretnych tematów.



Elementy Web 2.0

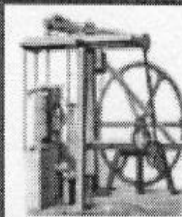
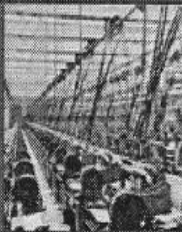
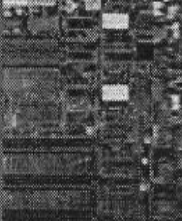
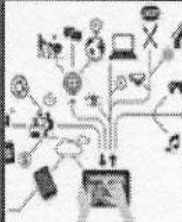
- Crowdsourcing, crowdfunding i testowanie crowdsorce.
- Treści generowane przez użytkowników (UGC): pismo, obrazy, treści audio i wideo – między innymi – udostępniane bezpłatnie online przez osoby, które je tworzą.
- Ujednolicona komunikacja (UC): Integracja wielu form połączeń i funkcji zarządzania wiadomościami multimedialnymi/multimedialnymi, kontrolowanymi przez indywidualnego użytkownika, zarówno w celach biznesowych, jak i społecznych.



Przemysł 4.0

Panuje powszechna zgoda, że rozpoczęła się czwarta rewolucja przemysłowa.

Cztery rewolucje przemysłowe

<p>The first industrial revolution (late 1700s) was characterized by the use of water and steam-powered machines and the introduction of more optimized forms of works</p>	
<p>The second industrial revolution (early 20th century) was characterized by the introduction of steel and use of electricity in factories as well as new ways of productivity.</p>	
<p>The third industrial revolution (the late 1950s) was characterized by the increasing use of electronic and digital technology into factories</p>	
<p>The fourth industrial revolution (today) is characterized by high levels of interconnectivity, access to real-time data, and the introduction of cyber-physical systems.</p>	



Przeglądarki i wyszukiwarki internetowe

Przeglądarka to oprogramowanie służące do uzyskiwania dostępu do Internetu. Przeglądarka umożliwia odwiedzanie witryn internetowych i wykonywanie w nich czynności, takich jak logowanie, przeglądanie multimediiów, łącza z jednej witryny do drugiej, odwiedzanie jednej strony z drugiej, drukowanie, wysyłanie i odbieranie wiadomości e-mail oraz wiele innych czynności.



Przeglądarki i wyszukiwarki internetowe

Najpopularniejszymi tytułami przeglądarek na rynku są: Microsoft Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox, Apple Safari i Opera. Dostępność przeglądarki zależy od systemu operacyjnego używanego przez komputer (na przykład: Microsoft Windows, Linux, Ubuntu, Mac OS i inne).



Strona internetowa, witryna internetowa, serwer sieciowy i wyszukiwarka

- Strona internetowa to dokument, który można wyświetlić za pomocą przeglądarki internetowej, takiej jak Firefox, Google Chrome, Opera lub Microsoft Internet Explorer afari. Są one również często nazywane po prostu „stronami”.
- Witryna internetowa to zbiór stron internetowych, które są zgrupowane i zwykle połączone ze sobą na różne sposoby. Często nazywana „witryną internetową” lub po prostu „witryną”.
- Serwer sieciowy to komputer, na którym znajduje się witryna internetowa w Internecie.
- Wyszukiwarka to usługa internetowa, która pomaga znaleźć strony internetowe, takie jak Google, Bing lub Yahoo. Wyszukiwarki są zwykle dostępne za pośrednictwem przeglądarki internetowej (np. możesz wyszukiwać w wyszukiwarkach bezpośrednio w pasku adresu przeglądarki Firefox, Chrome itp.) lub za pośrednictwem strony internetowej (np. ~~bing.com lub duckduckgo.com~~).



Media społecznościowe

W ciągu ostatnich dwóch dekad rozwój Internetu w każdej dziedzinie współczesnego społeczeństwa był spektakularny. Wpływ mediów cyfrowych był bezprecedensowy. Internauci mogą jednocześnie być zarówno konsumentami treści, jak i producentami treści, zwracając się bezpośrednio do dużej liczby innych potencjalnych użytkowników. W sumie są to prosumenci (producenci i konsumenci), by posłużyć się terminem ukutym wiele lat temu przez Tofflera (1980).



Anonimowość w Internecie

Czy można być anonimowym w Internecie? Czy można zamaskować swoją tożsamość za pomocą pseudonimów, pseudonimów i podobnych sztuczek?



Anonimowe sieci społecznościowe

W ostatnim czasie prawdziwy boom odnotowały anonimowe portale społecznościowe. Mnożyło się aplikacje, które pozwalają użytkownikom wysyłać wiadomości bez ujawniania ich prawdziwych nazwisk. Niektóre z najczęściej używanych aplikacji sprawiają, że treść wiadomości jest widoczna dla wszystkich lub tylko dla ograniczonej liczby użytkowników, np. poprzez ustalenie ograniczeń geograficznych.



Profile użytkowników w internecie

Facebook umożliwia użytkownikom utworzenie swojego profilu za darmo, a następnie połączenie się z różnymi osobami, które są zorganizowane w czterech kategoriach: region, uczelnia, miejsce pracy i szkoła średnia za pomocą wyszukiwarki lub poprzez internetowe konto e-mail.

Użytkownicy mogą publikować zdjęcia, filmy, multimedia z innymi, a znajomi mogą oglądać i komentować każdy post. Prywatność jest utrzymywana w przypadku zdjęć opublikowanych tak, jak tylko znajomi mogą je zobaczyć lub nikt nie może pobrać obrazu i tak dalej. Google+ to kolejny portal społecznościowy, w którym użytkownik może publikować obrazy z jednym użytkownikiem lub grupami/społecznościami.



Profile użytkowników w internecie

Facebook umożliwia użytkownikom utworzenie swojego profilu za darmo, a następnie połączenie się z różnymi osobami, które są zorganizowane w czterech kategoriach: region, uczelnia, miejsce pracy i szkoła średnia za pomocą wyszukiwarki lub poprzez internetowe konto e-mail.

Użytkownicy mogą publikować zdjęcia, filmy, multimedia z innymi, a znajomi mogą oglądać i komentować każdy post.

Prywatność jest utrzymywana w przypadku zdjęć opublikowanych tak, jak tylko znajomi mogą je zobaczyć lub nikt nie może pobrać obrazu i tak dalej. Google+ to kolejny portal społecznościowy, w którym użytkownik może publikować obrazy z jednym użytkownikiem lub grupami/społecznościami.



Znaczenie mediów społecznościowych

Media społecznościowe odgrywają kluczową rolę w łączeniu ludzi i rozwijaniu relacji, nie tylko z kluczowymi influencerami i dziennikarzami zajmującymi się sektorem Twojej firmy, ale także stanowią doskonałą okazję do ustanowienia obsługi klienta poprzez zbieranie informacji, odpowiadanie na pytania i słuchanie ich opinii.



Zalety i wady mediów społecznościowych

Media społecznościowe mogą być przydatnym narzędziem dla firm, przynosząc korzyści, takie jak angażowanie odbiorców i zwiększanie ruchu w witrynie. Mogą jednak występować również wady, w tym wymagane zasoby i negatywna informacja zwrotna.



Zalety mediów społecznościowych

Docierasz do dużej liczby odbiorców.

Bezpośredni kontakt z odbiorcami

Możesz tworzyć treści organiczne.

Masz dostęp do płatnych usług reklamowych.

Budujesz swoją markę.

Przyciągasz ruch do swojej witryny.

Możesz ocenić swoją wydajność.



Wady mediów społecznościowych

Wady sieci społecznościowych sięgają znacznie głębiej niż prywatność i bezpieczeństwo. Media społecznościowe to otwarte pole, w którym każdy może publikować cokolwiek o wszystkim. Oznacza to, że Twoja obecność nie różni się niczym od wystawiania się zarówno na dobrych, jak i złych ludzi. Media społecznościowe są czasochłonne, mogą pochłaniać dużo czasu użytkowników na czacie, wymianie zdjęć itp.