



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Erasmus+

Projekt SMM4WIN: „Umiejętności marketingu w mediach społecznościowych w celu wspierania integracji i zatrudnialności młodych osób niepełnosprawnych”, nr 2019-2-PL01-KA205-066133

**Program szkoleniowy „SMM: Marketing w mediach społecznościowych”
dla młodych osób niepełnosprawnych**

Poziom Podstawowy

Temat 3 - Część 1

„Podstawy mediów społecznościowych: Facebook”



Temat 3 Struktura

Część 1. Facebook: zasady funkcjonowania, rola we współczesnym życiu i możliwości

Część 2. Korzystanie z Facebooka przez ludzi

Część 3. Korzystanie z Facebooka w organizacji i biznesie



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



CZĘŚĆ 1

Facebook:

zasady funkcjonowania, jego rola we współczesnym życiu i możliwości



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook to...

- ❑ serwis społecznościowy, który został stworzony przez studenta Harvardu Marka Zuckerberga w 2004 roku
- ❑ Początkowo zaprojektowany jako narzędzie sieciowe dla studentów Harvardu, szybko rozprzestrzenił się na inne szkoły i został ostatecznie udostępniony publicznie w 2006 roku.
- ❑ Facebook to sieć społecznościowa i firma o tej samej nazwie (Facebook Inc.), która jest jej właścicielem.



Mark Zuckerberg



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Z kampusu Harvardu na cały Świat

- ❑ w 2004 roku 19-letni student Harvardu Mark Zuckerberg, wraz z kilkoma kolegami z klasy, uruchomił małą stronę internetową o nazwie Thefacebook.



The screenshot shows the original Thefacebook website. At the top, there is a blue header with the text "[thefacebook]" and links for "login", "register", and "about". Below the header, on the left, is a registration form with fields for "Email:" and "Password:", and buttons for "register" and "login". The main content area has a blue bar with the text "Welcome to Thefacebook!". Below this, it says "[Welcome to Thefacebook]". The text describes Thefacebook as an online directory connecting people through social networks at colleges, specifically mentioning Harvard University. It lists four features: searching for people at your school, finding out who is in your classes, looking up friends' friends, and seeing a visualization of your social network. At the bottom, it says "To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in." and provides "Register" and "Login" buttons. The footer contains links for "about", "contact", "faq", "terms", and "privacy", followed by "a Mark Zuckerberg production" and "Thefacebook © 2004".

login register about

Email:

Password:

register

login

Welcome to Thefacebook!

[Welcome to Thefacebook]

Thefacebook is an online directory that connects people through social networks at colleges.

We have opened up Thefacebook for popular consumption at **Harvard University**.

You can use Thefacebook to:

- Search for people at your school
- Find out who are in your classes
- Look up your friends' friends
- See a visualization of your social network

To get started, click below to register. If you have already registered, you can log in.

Register Login

about contact faq terms privacy

a Mark Zuckerberg production

Thefacebook © 2004

Z kampusu Harvardu na cały Świat

- ❑ „Thefacebook to internetowy katalog, który łączy ludzi za pośrednictwem sieci społecznościowych na uczelniach”.
- ❑ Oryginalna strona internetowa witała wówczas swoich odwiedzających, wyjaśniając, że umożliwi im „wyszukiwanie osób w Twojej szkole, dowiadywanie się, kto jest na Twoich zajęciach, wyszukiwanie znajomych znajomych i wyświetlanie wizualizacji Twojej sieci społecznościowej”.
- ❑ Początkowo ograniczony do kampusu Harvardu, usługa szybko zyskała popularność i została wprowadzona na inne uczelnie.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook wciąż się rozwija

- ❑ Do końca 2004 roku Thefacebook miał ponad milion zarejestrowanych użytkowników.
- ❑ nowo założona firma przeniosła się do Doliny Krzemowej i zabezpieczyła 500 000 dolarów inwestycji od współzałożyciela PayPal, Petera Thiela.
- ❑ Najbardziej niezwykle historie rozwoju w historii firmy: po zmianie nazwy na „Facebook” w 2005 roku, sieć społecznościowa została otwarta dla ogółu społeczeństwa w 2006 roku.
- ❑ W 2012 roku stała się pierwszą tego typu usługą online, która dociera do 1 miliarda aktywnych użytkowników miesięcznie.
- ❑ Pomimo tego, że jest owiany kontrowersjami dotyczącymi (niewłaściwego) obchodzenia się z prywatnością użytkowników, Facebook nadal się rozwija.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook to...

- ❑ największa wiodąca sieć społecznościowa na świecie

2.7 miliard

miesięczna aktywność
użytkowników FB

68%

wizyty użytkowników
mediów społecznościowych

80 million

małe biznesy
używające FB

58.5 min

Średni czas spędzony
na FB każdego dnia

78%

Amerykańscy konsumenci
kupują produkty detaliczne
za pośrednictwem Facebooka

Only 1.7 sec.

Użytkownicy spędzają
na czytaniu 1 posta



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.oberlo.com

Dostęp do Facebooka

- ❑ Dostęp do serwisu Facebook jest możliwy zarówno z komputera, jak i poprzez aplikację mobilną dostępną na wszystkich systemach operacyjnych.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook jest siecią do...

- ❑ W sieci społecznościowej użytkownicy komunikują się, dzielą się wiedzą i doświadczeniem, wymieniają wiadomościami, zdjęciami, filmami.
- ❑ Facebook to także platforma do promocji i sprzedaży towarów i usług.



KNOWLEDGE



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.oberlo.com

Facebook wciąż się rozwija

Number of monthly active Facebook users worldwide



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Facebook jest firmą która...

... jest 1 z najcenniejszych marek na Świecie w 2020 roku!



1

Apple
\$241.2 Bn



Microsoft

3

Microsoft
\$162.9 Bn



5

FacebookInc.
\$70.3 Bn



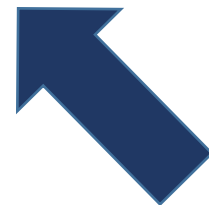
2

Google
\$207.5 Bn



4

Amazon
\$135.4 Bn



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.forbes.com

produkty Facebook Inc.

- ❑ Kiedy ludzie myślą o Facebooku jako o firmie, najczęściej myślą o nim jako synonim Facebooka, sieci społecznościowej. Facebook Inc. to znacznie więcej.
- ❑ Firma jest właścicielem czterech największych na świecie serwisów społecznościowych.



Facebook
(social network)



**Facebook
Messenger**



WhatsApp



Instagram



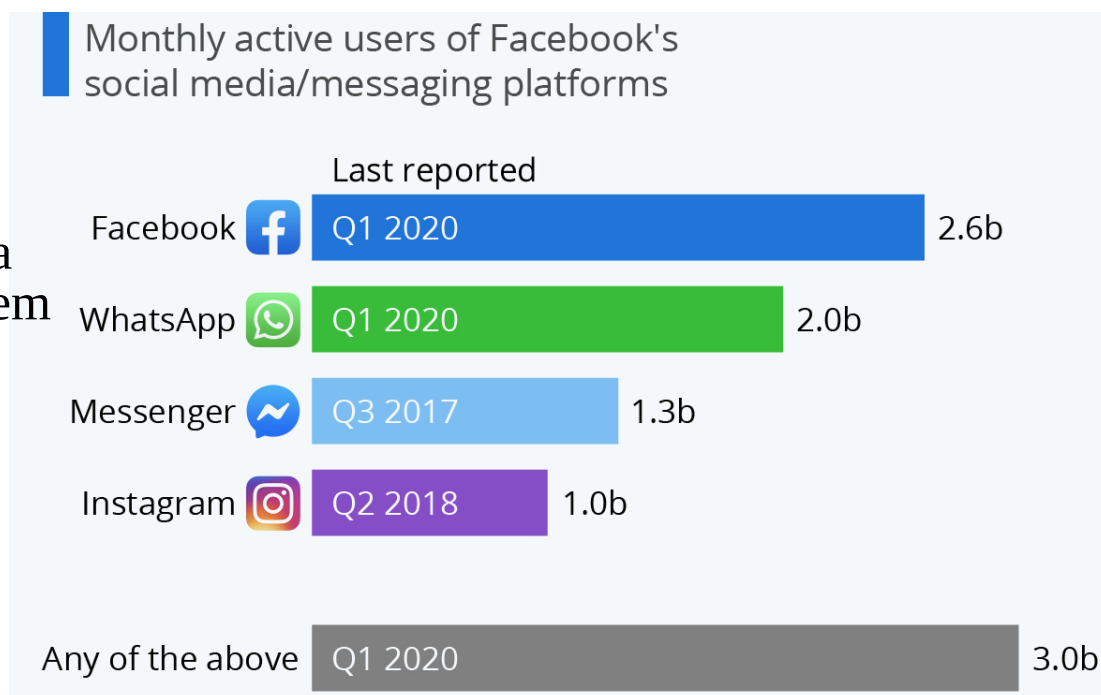
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Facebook Inc. odnotował „wzrost zaangażowania, ponieważ ludzie na całym świecie używali ich produktów”

- ❑ Firma ma 3 miliardy „aktywnych ludzi miesięcznie”. „Są zarejestrowanymi i zalogowanymi użytkownikami Facebooka, co najmniej jednego z tych produktów Rodziny za pośrednictwem aplikacji na urządzenie mobilne lub przeglądarki internetowej lub mobilnej w ciągu ostatnich 30 dni od daty pomiaru”.

- ❑ Platforma społecznościowa Facebooka nadal jest liderem wśród narzędzi społecznościowych / komunikacyjnych Facebooka.



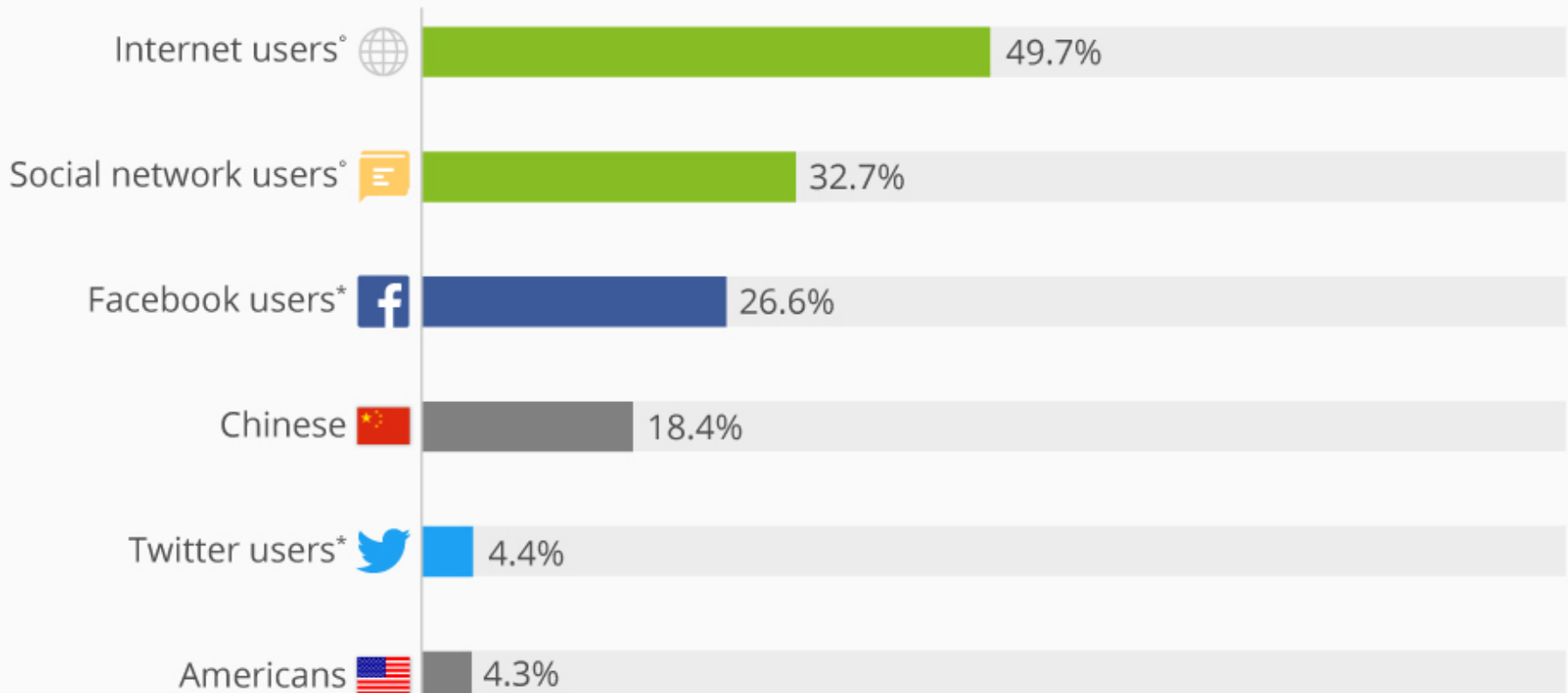
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Planeta Facebook bardziej zaludniona niż Chiny

Internet user groups and inhabitants of selected countries in relation to the world population

■ ■ ■ ■ Users / Population (in %) ■ World population (7.52 billions)



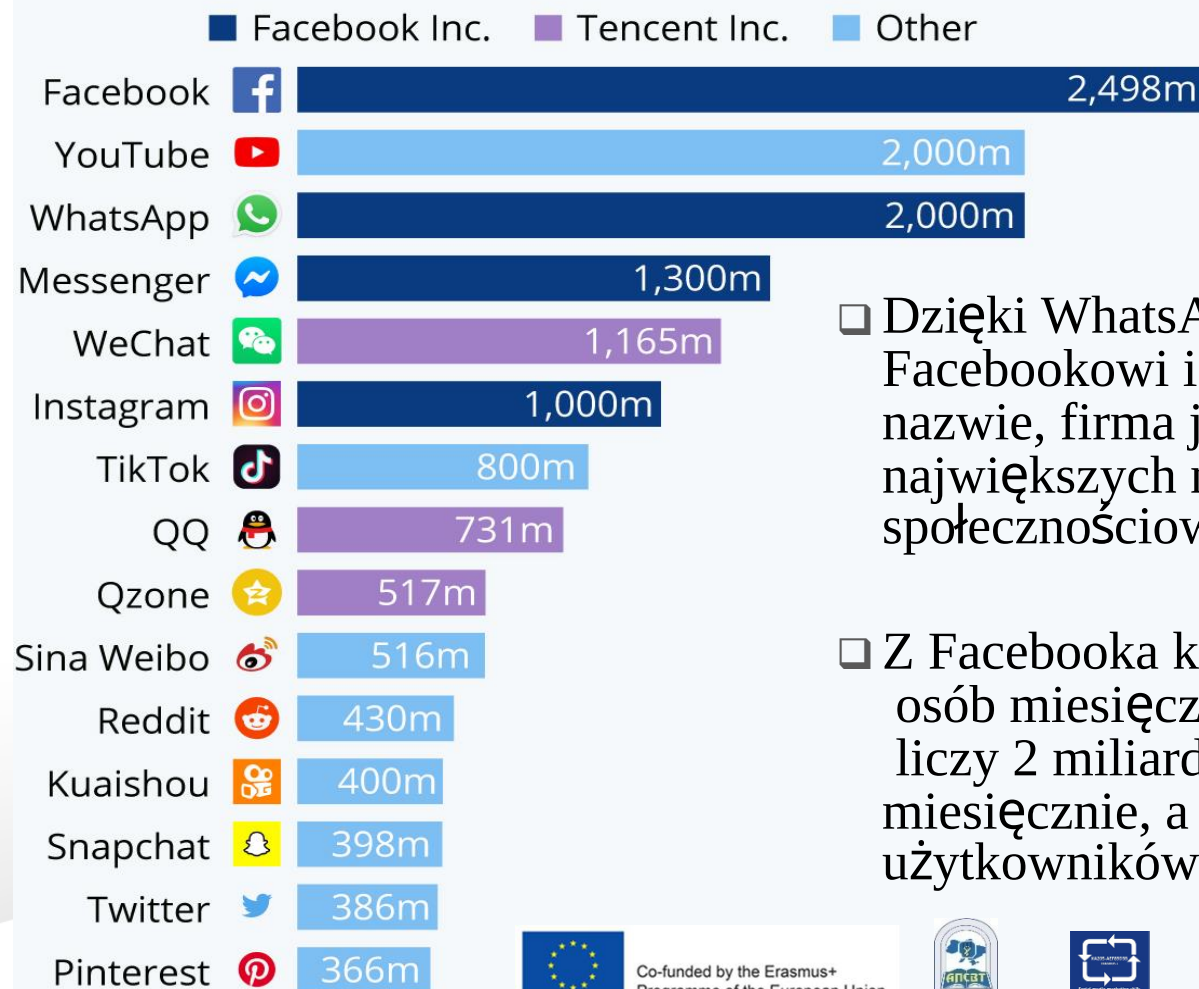
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Facebook Inc. dominuje w mediach społecznościowych Media Landscape w 2020

Monthly active users of selected social networks and messaging services*



- ❑ Dzięki WhatsApp, Instagramowi oraz Facebookowi i Messengerowi o tej samej nazwie, firma jest właścicielem 4 największych na świecie serwisów społecznościowych i komunikatorów.
- ❑ Z Facebooka korzysta prawie 2,5 miliarda osób miesięcznie, podczas gdy WhatsApp liczy 2 miliardy użytkowników miesięcznie, a Messenger 1 miliard użytkowników.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.statista.com

możliwości Facebooka



Komunikacja z przyjaciółmi, partnerami, organizacjami



Stwórz własną stronę na Facebooku, dodawaj znajomych i udostępniaj osobiste aktualizacje i zdjęcia



FB jako narzędzie do rozwoju biznesu



Promocja własnej marki

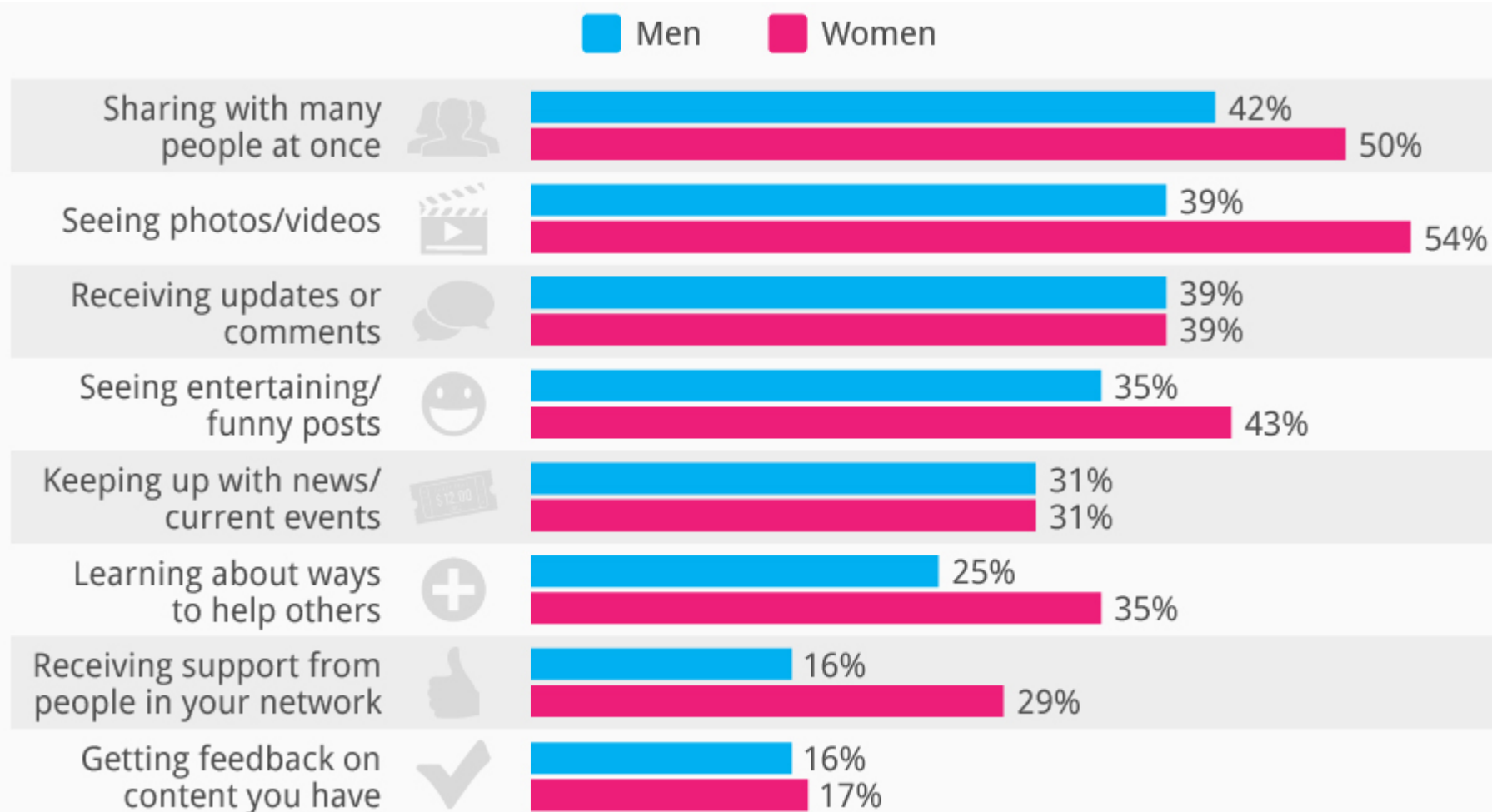


Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Dlaczego ludzie korzystają z Facebooka?

% mężczyzn/kobiet użytkowników Facebooka, którzy przytaczają następujące „główne powody”, dla których używają FB.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



Przycisk „Lubię to” na FB

- ❑ Przycisk „Lubię to” na Facebooku został zaprojektowany w celu ułatwienia przesyłania opinii i rekomendacji znajomym.
- ❑ Użytkownicy mogą wyrazić, że lubią, cieszą się lub wspierają konkretny content.
- ❑ Przycisk podobny do FB jest zaprojektowany jako ręka dająca „kciuki w górę”. Pierwotnie mówiono, że była to gwiazdka lub znak plus, a podczas opracowywania funkcja była określana jako „niesamowita” zamiast "Lubię to".
- ❑ Przycisk "Lubię to" jest teraz zintegrowany z praktycznie każdą większą witryną internetową.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Inne przyciski na FB

- ❑ W 2016 roku Facebook wprowadził nowe reakcje: „Miłość”, „Haha”, „Wow”, „Smutny”
- ❑ W związku z pandemią COVID-19 Facebook dodał reakcję „Trzymaj się”.



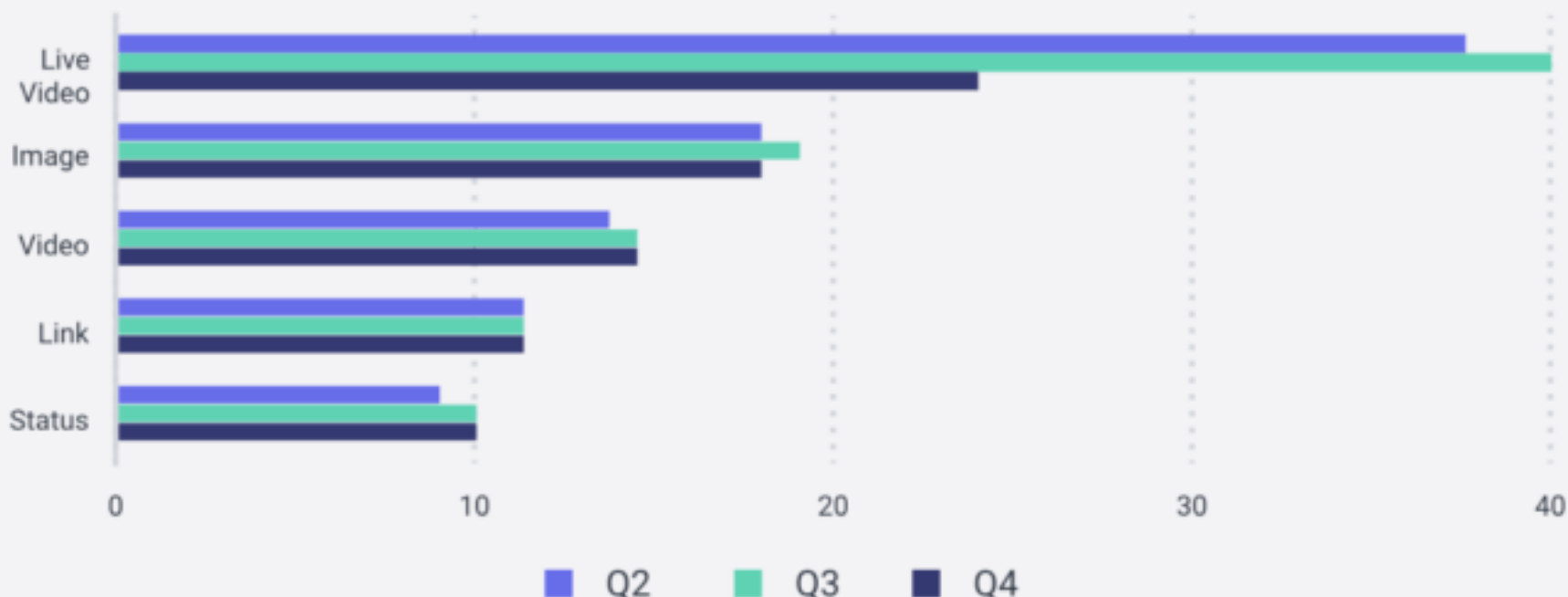
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Jak konsumenci wchodzą w interakcję z różnymi formatami postów w mediach społecznościowych?

- ❑ Odpowiednie materiały wizualne i filmy skuteczniej zdobywają zaangażowanie.
- ❑ Facebook Live nadal był najbardziej angażującym typem postu na platformie, a następnie obraz (17,5) i wideo (14).

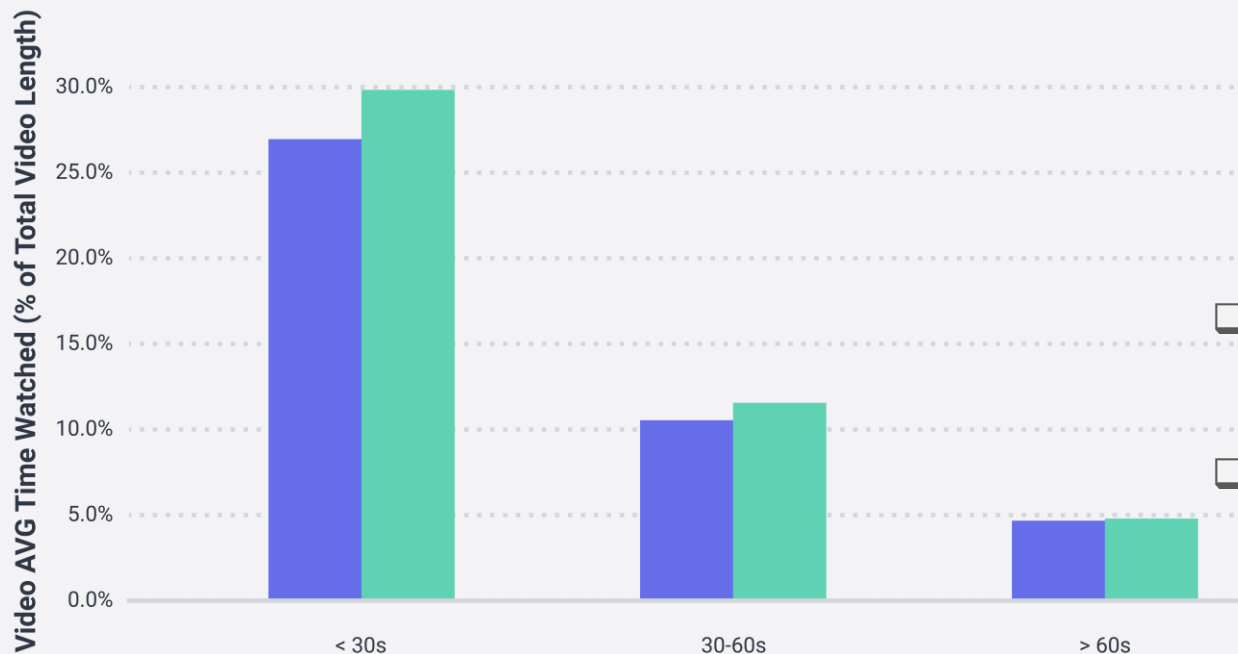
Facebook Organic Interactions by Post Type



Wideo na Facebook

AVG Time Watched (% of Total Video Length)

Horizontal vs. Vertical Videos



- ❑ Odpowiednia długość filmu jest ważna dla skuteczności
- ❑ Widzowie w IV kwartale 2019 r. ukończyli wyższy odsetek krótkich filmów niż średnich i długich
- ❑ Trudno utrzymać uwagę widzów.
- ❑ Filmy trwające dłużej niż minutę były zbyt trudne dla wielu osób, ponieważ widzowie przetrwali mniej niż 5%.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

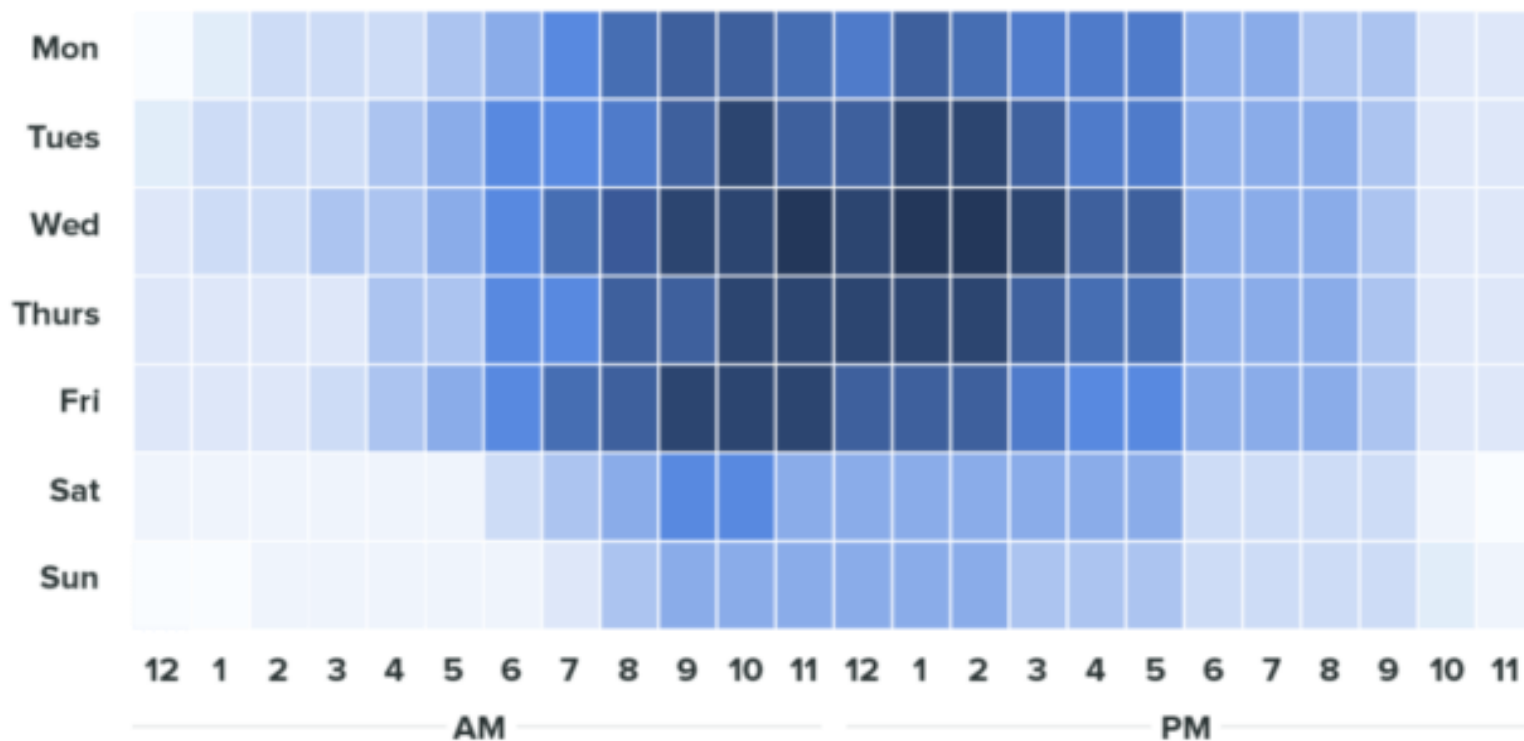


www.socialbakers.com

Najlepszy czas na publikowanie postów na Facebooku

Facebook Global Engagement

sproutsocial



☐ Najlepszy czas:
Środa
11 i 21-22

☐ Najlepszy dzień:
Środa

☐ Najgorszy dzień:
niedziela

Lowest Engagement

Highest Engagement



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union



www.smartinsights.com

Zła treść na Facebooku

- ❑ Facebook nazywa definicję „proaktywnym wskaźnikiem” dla różnych rodzajów naruszeń, tj. procentem naruszających treści które firma zidentyfikowała, zanim ktokolwiek o tym poinformował.
- ❑ Jedno z głównych wyzwań, przed jakimi stoi największa na świecie sieć społecznościowa, próbując utrzymać swoją platformę w czystości: naruszenia treści.
- ❑ Sztuczna inteligencja bardzo łatwo może zidentyfikować obrazy przedstawiające nagość lub przemoc graficzną, a także odfiltrować rażące posty spamowe.
- ❑ Znacznie trudniej jest zidentyfikować mowę nienawiści, zastraszanie lub nękanie, co często wymaga kontekstu i ludzkiego zrozumienia niuansów.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Jak Facebook moderuje treści?

- ❑ Głównym problemem Facebooka była kwestia moderowania treści, które naruszają jego warunki.
- ❑ To pytanie przeplata się z kwestiami wolności słowa, ponieważ Facebook funkcjonuje jako forum publiczne.
- ❑ Facebook zakazuje materiałów zawierających przemoc, o charakterze jednoznacznie seksualnym i ogólnie obraźliwych. Ta treść jest ręcznie oznaczana przez użytkowników i sprawdzana przez pracowników, którzy ustalają, czy post naruszył określone warunki w polityce firmy.
- ❑ W 2009 roku, kiedy sieć miała zaledwie 120 milionów aktywnych użytkowników miesięcznie, zatrudniała tylko 12 osób do moderowania treści każdego oflagowanego posta użytkownika. Obecnie firma zatrudnia około 15 000 pracowników – moderatorów treści, którzy przeglądają i pozbywają się brutalnych, jednoznacznie seksualnych i obraźliwych treści w Internecie.



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



Jak Facebook moderuje treści?

Annual pay for content moderators

\$1,404 to \$28,800



Median pay package for salaried Facebook employee

\$240,000

In 2009 there were...



12

content moderators



120 million
monthly active users

In 2018 there were...



15,000

content moderators

2.3 billion
monthly active users*



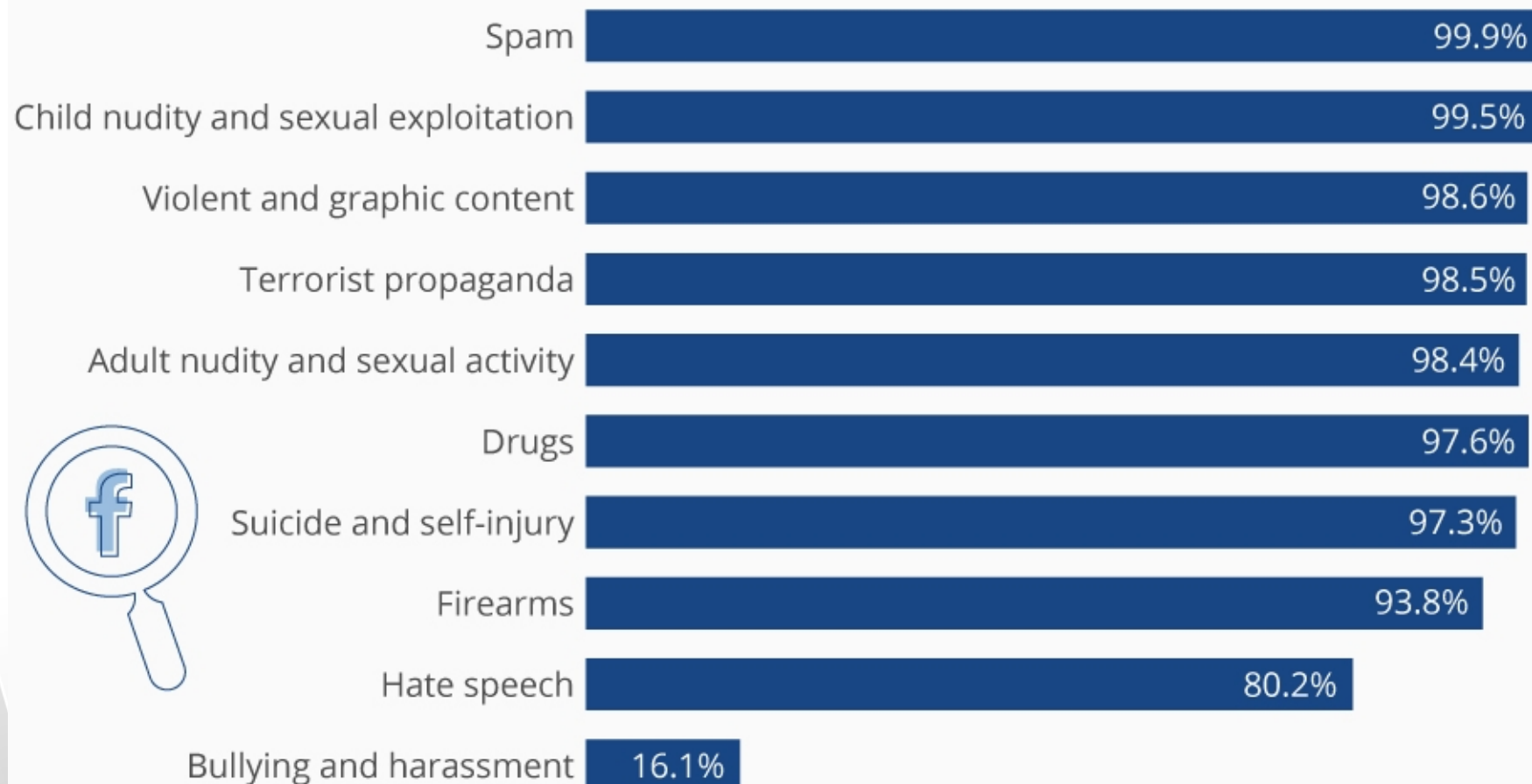
Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Jak skuteczny jest Facebook w wykrywaniu złych treści?

% of violating content detected by Facebook before users reported it in Q3 2019



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union



www.statista.com

Autorzy



Liudmyla Huliaieva

Associate Professor,
ACADEMY OF LABOUR, SOCIAL
RELATIONS AND TOURISM (Ukraine)
14 + Years' experience in teaching in leading
Ukrainian HEIs, consulting activities.
PhD (Economic Sciences).
glp2002@ukr.net



Yaroslav Golovko

Associate Professor, Vice-rector,
ACADEMY OF LABOUR, SOCIAL
RELATIONS AND TOURISM (Ukraine)
18 + Years' experience in teaching in leading
Ukrainian HEIs, consulting activities.
PhD (Economic Sciences).
yaroslav.golovko@gmail.com



Co-funded by the Erasmus+
Programme of the European Union

