



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг в соціальних мережах»

Спеціальність	073 «Менеджмент»
Освітня програма	Менеджмент організацій і адміністрування, Менеджмент інноваційної діяльності, Логістика
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	3 курс 5 семестр або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 0 год. Лабораторні – 26 год. Самостійна робота – 100 год.
Форма семестрового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра менеджменту, логістики та інновацій, ауд 225, тел. (057) 702-02-65, сайт кафедри: www.kafmli.hneu.edu.ua
Викладач (-і)	Ларіна Катерина Володимирівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	Блог в Instagram: https://www.instagram.com/brand_focus/ Телефони: +380679344690 Ларіна К.В. E-mail: larina.bc@gmail.com
Дні навчальних занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі менеджменту, логістики та інновацій, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС
Мета навчальної дисципліни: формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо алгоритмів просування бізнесу в соціальних мережах, оволодіння практичними навичками щодо розробки стратегій, вибору ефективних SMM інструментів, формування контентної стратегії, плану просування та запуску ефективних рекламних кампаній через рекламний кабінет Facebook.	
Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:	
Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-
Зміст навчальної дисципліни	
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингу та стратегії роботи в соціальних мережах	
Тема 1. Сутність маркетингу та комунікацій у соціальних мережах. Базові принципи та тренди SMM.	
Тема 2. Стратегії та моделі присутності брендів в соціальних мережах.	
Тема 3. Формування персонального бренду в соціальних мережах.	
Тема 4. Алгоритм та методи просування в Інстаграмі.	
Тема 5. Алгоритм та методи просування в Фейсбуці.	
Змістовий модуль 2. Сучасні алгоритми просування бізнесу та брендів в соціальних мережах	
Тема 6. Місія та особливості використання інших популярних соціальних мереж,	



основні принципи роботи в них.

Тема 7. Контентна стратегія.

Тема 8. Таргетована реклама та запуск рекламних кампаній в Instagram і Facebook.

Тема 9. Організація роботи SMM менеджера та складання SMM book.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: виконання індивідуальної роботи, яка передбачає складання SMM book, завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.