



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг у соціальних мережах»

Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	073.030 «Логістика»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 7 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 0 год. Лабораторні – 24 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра менеджменту, логістики та економіки, головний корпус, ауд. 225, сайт кафедри: http://www.eeml.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Ларіна Катерина Володимирівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки, к.е.н., доц. Демченко Ганна Володимирівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та економіки, к.е.н., доц.
Контактна інформація викладача (-ів)	Канал дисципліни в Telegram: https://t.me/smm_larina Корисний блог в Instagram: https://www.instagram.com/brand_focus/ Телефони: +380679344690 Ларіна К.В. +380672529686 Демченко Г.В.
Дні занять	П'ятниця 4 пара – лекції (Ларіна К.В.) Середа, четвер – 2 пара лабораторні заняття (Ларіна К.В.) Середа 3 пара – лабораторні заняття (Демченко Г.В.) П'ятниця 1,3 пара – лабораторні заняття (Ларіна К.В.)
Консультації	Дистанційні консультації в ZOOM за графіком консультацій, групові за ініціативою студентів
Мета навчальної дисципліни	
Формування системи знань щодо теоретичних основ і алгоритмів управління маркетингом в соціальних мережах та оволодіння практичними навичками щодо розробки стратегій, вибору ефективних SMM інструментів, формування контентної стратегії, плану просування та запуску ефективних рекламних кампаній через опанування алгоритмів роботи рекламного кабінету Facebook.	
Передумови для навчання	
Перелік попередньо прослуханих дисциплін: маркетинг, менеджмент, стратегічний менеджмент, самоменеджмент	
Знання, вміння, навички, якими повинен володіти здобувач, щоб приступити до вивчення дисципліни:	
<ul style="list-style-type: none">- Знати сутність концепції маркетингу в управлінні;- олодіти складовими елементами комплексу маркетингу підприємства;- Знати перелік основних інструментів та моделей маркетингових комунікацій;	



- Вміти сегментувати ринок та обирати цільові сегменти;
- Знати алгоритм розробки маркетингової стратегії підприємства;
- Вміти проводити аналіз трендів ринку, конкурентів та визначати напрямки розвитку;
- Вміти проводити аудит маркетингових стратегій і визначати вектор удосконалення;
- Вміти самостійно вирішувати поставлені задачі.

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1.

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.

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. Основи воронки онлайн-продажів та лідогенерації.

Тема 10. Робота SMM менеджера та складання SMM book.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

1. Сервіси для аналізу статистики у соціальних мережах: <https://popsters.ru/>, <https://livedune.ru/>, <https://hypeauditor.com/>
2. Програми для створення візуального контенту: Canva <https://www.canva.com/>, PicsArt <https://picsart.com/explore>, Snapseed, Grid Post.
3. Мобільні додатки для створення відео та сторіз: InShot, Quick, InStories, Mojo, StoryArt, Smoozly, UnFold.
4. Telegram, telegram боти.
5. Facebook Ads Manager.

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)

<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5326>

Які матеріали розміщено:

1. Технологічна карта.
2. Посилання на Telegram канал дисципліни.
3. Рекомендації, приклад розробки SMM book.
4. Презентації лекційного матеріалу.
5. Завдання для самостійної роботи.
6. Корисні книги за темами.
7. Результати глобальних досліджень щодо трендів та мотивів поведінки користувачів в соціальних мережах.
8. Посилання на корисні блоги, статті.
9. Перелік корисних сервісів для роботи.

Рекомендовані джерела

Основні:

1. Вайнерчук Г. Лайкни меня. Экономика благодарности / Гарри Вайнерчук. – М.: «Альпина Паблішерз», 2012. – 300 с.
2. Каплунов Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Денис Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 496 с.
3. Каплунов Д. Нейрокопирайтинг. 100+ приемов влияния с помощью текста / Денис Каплунов. – М.:



- ЭКСМО, 2016. – 320 с.
4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Дэн Кеннеди, Ким Уэли-Филлипс. – М.: «Альпина Паблишерз», 2017. – 302 с.
 5. Манелова Д. Как зарабатывать в Instagram / Дарья Манелова. – «Альпина Диджитал», 2019. – 190 с.
 6. Маркетинг в социальных медиа. Просто о главном / Джейсон Фоллс, Эрик Декерс. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
 7. Сенаторов А. Бизнес в Instagram: От регистрации до первых денег / Артем Сенаторов. – 2-е изд. – М.: «Альпина Паблишерз», 2016. – 156 с.
 8. Скотт Д. Новые маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Скотт; пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишерз», 2011. – 349 с.
 9. Соболева Л. Феномен Инстаграма / Любовь Соболева. – М.: АСТ, 2017. – 220 с.
 10. Солодар М. Воронка продаж в Интернете / Мария Солодар. – М.: ЭКСМО, 2018. – 240 с.
 11. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
 12. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера. 2-е изд. – СПб: Питер, 2017. – 320 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

1. Ларіна К.В. Просування брендів. Корисний блог в Інстаграмі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/brand_focus/

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей у студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні та лабораторні заняття, а також виконання індивідуального самостійного проекту за обраною базою дослідження. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мак кількість балів
Лекції	7
Лабораторні заняття	7
Стратегія просування об'єкту в соціальних мережах – індивідуальний самостійно розроблений SMM book для обраного об'єкту дослідження	30
Індивідуальні завдання	4
Письмові контрольні роботи (2)	12
Екзамен (за наявності)	40
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D	задовільно	
60 – 63	E		
35 – 59	FX		незадовільно
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

- Кожен студент повинен дотримуватись академічної доброчесності та відмічати



відвідування занять на ПНС курсу.

- Важливим внеском в результати опанування курсу та оцінювання є виконаний індивідуальний проєкт.
- Завдання повинні бути виконані не пізніше встановленого терміну. Без SMM book студент до іспиту не допускається
- Якщо студент обирає в якості бази дослідження та розробки стратегії просування в соціальних мережах реальних зацікавлених представників бізнесу і отримує в сукупності по дисципліні від 90 до 100 балів, він отримує сертифікат з курсу SMM від лектора, який є бізнес-консультантом з питань просування бізнесу наступного зразку:



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

(Робоча програма з дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах» в плані методичних видань запланована на І квартал 2020 року).

Силабус затверджено на засіданні кафедри менеджменту, логістики та економіки «27» серпня 2020 р. Протокол №2