



Силабус навчальної дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах»

Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	Менеджмент організацій і адміністрування
Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання	українська
Курс / семестр	3 курс / 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 0 год. Лабораторні – 24 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра менеджменту, логістики та інновацій, головний корпус, ауд. 225, сайт кафедри: http://www.eeml.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Лекції: Ларіна Катерина Володимирівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, к.е.н., доц. Лабораторні заняття: Демченко Ганна Володимирівна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, к.е.н., доц. Небилиця Олена Анатоліївна, доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій, 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.
Дні занять	Згідно розкладу
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	
Знання, вміння, навички, якими повинен володіти здобувач, щоб приступити до вивчення дисципліни:	
<ul style="list-style-type: none">- Знати сутність концепції маркетингу в управлінні;- Володіти 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;	



<ul style="list-style-type: none">- Вміти проводити аналіз трендів ринку, конкурентів та визначати напрямки розвитку;- Вміти проводити аудит маркетингових стратегій і визначати вектор розвитку та удосконалення;- Вміти самостійно вирішувати поставлені задачі.	
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. Основи воронки онлайн-продажів та лідогенерації.	
Тема 10. Організація роботи SMM менеджера та складання SMM book.	
Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни	
<ol style="list-style-type: none">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, тощо.3. Мобільні додатки для створення відео та сторіз: InShot, Quick, InStories, Mojo, StoryArt, Smoozly, UnFold.4. Facebook Ads Manager, Facebook Business Suite	
Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5326 Які матеріали розміщено: <ol style="list-style-type: none">1. Загальна інформація, привітання та контакти дані.2. Посилання на Telegram канал дисципліни.3. Робоча програма навчальної дисципліни.4. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт.5. Презентації лекційного матеріалу.6. Приклади розроблених SMM book.7. Завдання для самостійної роботи.8. Результати глобальних досліджень щодо трендів та мотивів поведінки користувачів в соціальних мережах.9. Посилання на корисні блоги та статті.10. Перелік корисних сервісів для роботи SMM менеджера.
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 проєкту 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	Максимальна кількість балів
Лекції	12
Лабораторні заняття	6
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)	8
Екзамен (за наявності)	40
Максимальна кількість балів	100

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 розробленого SMM book студент до іспиту не допускається.

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