

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

SMM В ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Галузь знань **07 «Управління та адміністрування»**

Спеціальність **073 «Менеджмент»**

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Івано-Франківськ, 2022-2023 н.р.

Робоча програма «SMM в освітній діяльності» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент». 13 с.

Розробник:

Григорук І.І. – доктор філософії зі спеціальності 051 Економіка, доцент кафедри управління та бізнес-адміністрування

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри управління та бізнес-адміністрування

Протокол від 30 серпня 2022 року № 1

Завідувач кафедри управління
та бізнес-адміністрування



(підпис)

П'ятничук І. Д.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»	вибіркова	
	Спеціальність 073 «Менеджмент»		
Змістових модулів – 1	Освітня програма Управління навчальним закладом	Рік підготовки:	
		2-й	2-й
		Семестр	
Загальна кількість годин – 90		3-й	3-й
	Освітній рівень: магістр	Лекції	
		-	6 год.
		Практичні заняття	
		-	4 год.
		Лабораторні заняття	
		-	-
		Самостійна робота	
		-	80 год.
	Індивідуальні завдання		
	-	-	
	Вид контролю: залік		

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для заочної форми навчання – 12 %.

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою дисципліни є формування у студентів системи знань про опанування студентами соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності, зокрема в освітній.

Компонент спрямований на 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.

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Феномен соціальних мереж

Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукостискань. Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах

Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління

Значення і роль соціальних мереж для економіки і соціального життя сучасного суспільства. Теорія соціальних мереж, оптимальний варіант використання соціальної мережі як платформи Інтернет-маркетингу для подальшої освітньої діяльності.

Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)

Комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компанії та вирішення інших бізнес-завдань. Бренд, цільова аудиторія. Механізми співпраці з цільовою аудиторією, яка вже не реагує на класичні види реклами; маркетинг і піар.

Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах

SMM-фахівець. SMM-стратегія. Контент-план. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту. Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Як самому навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM.

Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK

Просування сайтів і рекламування продуктів за допомогою Facebook. Проведення контекстної таргетованої реклами, що впливає тільки на цільову аудиторію. Розкручування акаунтів “знаменитостей”. Збільшення рейтингу і рівня популярності певної особи з проведенням необхідної пропаганди. Рекламування на тематичних сторінках, створених спеціально для цих цілей і відкритих навіть для незареєстрованих користувачів Facebook. Рекомендації подібних сторінок іншим користувачам, просування в групах.

Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах

Основні метрики і КРІ в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.

Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram аккаунта.

Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах

Особливості функціонування соціальних мереж як інструментарію впливу на свідомість населення та ведення інформаційних воєн. Моделі впливу на свідомість користувачів соціальних медіа, поширення необхідної інформації

Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування

Специфіка різних платформ для блогінгу, інструментарій поширення і промоції матеріалів у соцмережах, принципи побудови контенту, пошук власного стилю створення контенту. Наявний досвід створення і популяризацію контенту у блогосфері. Методи маніпуляції, прийоми привернення уваги і формування власної аудиторії.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Заочна форма навчання					
	Кількість годин, у тому числі					
	усього	л.	п.	лаб.	інд.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Змістовий модуль 1.						
Тема 1. Феномен соціальних мереж	12	1	-	-	-	11
Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	12	1	1	-	-	10
Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	12	1	1	-	-	10
Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	12	1	-	-	-	11
Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	11	-	1	-	-	10
Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	12	2	1	-	-	9
Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах	9	-	-	-	-	9
Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування	10	-	-	-	-	10
Усього годин	90	6	4	-	-	80

5. Теми практичних занять

№	Тема	Кількість годин
2.	Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	1
3.	Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	1
6.	Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	1
7.	Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	1
Разом		4

6. Теми лабораторних занять

Відповідно до робочої програми з дисципліни «SMM в освітній діяльності» лабораторні заняття не заплановані.

7. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «SMM в освітній діяльності» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних занять (практичних занять);
- 2) самостійне поглиблене опрацювання тем навчальної дисципліни згідно з навчально-тематичним планом та проходження тестування за результатами опрацювання;

№	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Феномен соціальних мереж	11
2.	Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	10
3.	Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	10
4.	Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	11
5.	Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	10
6.	Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	9
7.	Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах	9
8.	Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування	10
Разом		80

8. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «SMM в освітній діяльності» використовуються наступні методи навчання.

Методи навчання	Характеристика
Наочні методи навчання	Ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації (підготовка практичних завдань із використанням мультимедійних презентацій, демонстрація тематичних відеороликів).
Інтерактивні методи навчання	Ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм. Серед інтерактивних методів навчання використовуються: відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді, дискусії, мозковий штурм, ігровий метод.
Практичні методи навчання	Передбачають виконання практичних завдань. Серед практичних методів навчання використовуються практичні роботи, вправи, написання есе.
Інноваційні методи навчання	Поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентнісний метод (спрямований на розвиток професійних навичок, вмій та якостей здобувачів освіти), проектно-дослідницький метод (спрямований на вирішення проблемного питання через розвиток пошукових та аналітичних якостей здобувачів освіти, а також навичок командної роботи), використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів. Програми і сервіси, які використовуються: сервіси та програмні продукти від Microsoft, інструменти Google, графічні редактори Crello та Canva, хмарне презентаційне програмне забезпечення Prezi, конструктор лендінгових сторінок of.ua, Diagrams.net, Kahoot, Mentimeter, QR Генератор, Cutt.ly.
Методи дистанційного навчання	Ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської авторської системи дистанційного навчання, платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications, Google Meet, Cisco Webex.

9. Методи контролю та критерії оцінювання

Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті за виступ та виконання письмового завдання студентом. Передбачає оцінювання теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти із зазначеної теми під час роботи на практичних заняттях та набутих професійних навичок під час виконання практичних завдань.

Оцінювання відповідей здобувачів освіти на практичних заняттях

відбувається згідно навчального розкладу за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за кожен вид навчальної роботи та відповідну тему відображена у таблиці. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за виконання завдань на практичних заняттях складає 60 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

Вид навчальної роботи	№ теми								Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Практичне заняття (опрацювання завдання)		15	15		15	15			60
Самостійна робота (тестування з теми)	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Максимальна к-ть балів	100								

Критерії поточного оцінювання:

«90-100 балів» – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу.

«70-89 балів» – здобувач вищої освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

«50-69 балів» – здобувач вищої освіти в цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей (в т. ч. у вигляді мультимедійних презентацій), але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

«Менше 50 балів» – здобувач вищої освіти не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру, взявши участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни чи підготувавши дайджест (добір уривків з різних джерел на певну тематику). У форматі дайджестів можна зробити системний аналіз будь-якого теоретичного положення, розкрити різні точки зору на будь-яку проблему, тему, питання та зробити узагальнюючі висновки:

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які пройшли навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни протягом навчального семестру.

2 бали – нараховується здобувачам освіти, які взяли участь у науковому, освітньому чи прикладному проєкті, який відповідає предмету дисципліни.

1 бал – нараховується здобувачам освіти, які підготували дайджест на певну тематику в межах вивчення дисципліни.

Також за рішенням кафедри управління та бізнес-адміністрування здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Контроль за самостійну роботу.

Самостійна робота здобувачів освіти передбачає:

Тестовий контроль. Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) (дві спроби – кращий результат).

Оцінювання за кожен тестовий контроль здійснюється за 100 бальною шкалою. Вага оцінки за відповідну тему відображена у таблиці вище. Максимальна кількість балів, яку здобувач освіти може отримати за тестовий контроль складає 40 балів.

Семестровий контроль у формі заліку передбачає, що підсумкова оцінка (у стобальній шкалі) з навчальної дисципліни визначається як сума оцінок за поточний контроль знань

Повторне складання допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) тестування в системі дистанційного навчання + усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів.

Якщо студент не склав навчальну дисципліну за талоном 3, дозволяється повторне вивчення навчальної дисципліни впродовж наступного семестру (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).

Здобувачі вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії більше трьох підсумкових незадовільних оцінок (F, FX) незалежно від виду контролю (екзамен, залік), відраховуються з університету за академічну неуспішність. Здобувачам вищої освіти, які одержали під час екзаменаційної сесії одну-три незадовільні оцінки (F, FX), дозволяється ліквідувати академічну заборгованість у встановлені графіком навчального процесу терміни. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його

згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни, яке регламентується Положенням про порядок повторного вивчення дисциплін (кредитів ECTS) в умовах ECTS.

Шкала оцінювання для заліку

університетська	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	зараховано
80-89	B	
70-79	C	
60-69	D	
50-59	E	
25-49	FX	не зараховано
0-24	F	

10. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:

1. Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
2. Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
3. Положення про запобігання академічному плагіату та інших видів академічної нечесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
4. Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
5. Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
6. Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності».

Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>

Пропуски занять (відпрацювання)

Можливість і порядок відпрацювання пропущених здобувачем освіти занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності здобувачів освіти ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4).

Ознайомитися з положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Виконання завдання пізніше встановленого терміну

У разі виконання завдання здобувачем освіти пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання – «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) (див. ст. 4-5).

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Невідповідна поведінка під час заняття

Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти».

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019)

Ознайомитися із положенням можна за посиланням: <https://nmv.pnu.edu.ua/нормативні-документи/polozhenja/>

11. Рекомендовані літературні джерела

1. Ілляшенко С.М. Маркетингова діяльність на підприємстві / С.М. Ілляшенко // Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. Суми : Університетська книга, 2012.
2. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
3. Курбан, О. (2017). Інформаційні війни в соціальних мережах. Вид-во: Київський університет ім. Б. Грінченка, 392 с
4. Чумаченко А. Важливість правильного позиціонування бренду в соціальних медіа. Маркетинг в Україні. 2011. № 2. С. 46–50
5. Tuten, Tracy L. Social media marketing. Sage, 2020.
6. Duffett, Rodney Graeme. "Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes." Young Consumers (2017).
7. Jacobson, Jenna, Anatoliy Gruzd, and Ángel Hernández-García. "Social media marketing: Who is watching the watchers?." Journal of Retailing and Consumer Services 53 (2020).
8. Barnes, N.G., and C. Daubitz. 2017. Time for Re-evaluation? Social Media and the 2016 Inc. 500. Center for Marketing Research, University of Massachusetts.
9. Blustone, G. (2021). Hype. How Scammers, Grifters, Con Artists and Influencers are Taking Over the Internet – and Why We'Re Following. HarperCollins Publishers, 352 p.
10. Koch T., Windsperger, J. (2017). Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy // Journal of Organization Design, Vol. 6. No 1, p. 6.