

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**



Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Кафедра управління та бізнес-адміністрування

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

SMM-МЕНЕДЖМЕНТ

Освітня програма «Бізнес-адміністрування»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»

Затверджено на засіданні кафедри
управління та бізнес-адміністрування
Протокол № 1 від «30» серпня 2022 р.

м. Івано-Франківськ – 2022-2023 н.р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація	3
2. Опис дисципліни	3
3. Структура дисципліни	3
4. Теми практичних занять	5
5. Самостійна робота	5
6. Методи навчання	6
7. Система оцінювання дисципліни	6
8. Ресурсне забезпечення	8
9. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів	9
10. Контактна інформація	9
11. Політика навчальної дисципліни	10

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	SMM менеджмент	
Освітня програма	Бізнес-адміністрування	
Спеціалізація (за наявності)		
Спеціальність	073 «Менеджмент»	
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»	
Освітній рівень	магістр	
Статус дисципліни	вибіркова	
Курс / семестр	2/3	
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Денна форма навчання:</i> Лекційні заняття – 16 год. Практичні заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.	<i>Заочна форма навчання:</i> Лекційні заняття – 6 год. Практичні заняття – 4 год. Самостійна робота – 80 год.
Мова викладання	українська	
Посилання на сайт дистанційного навчання	www.d-learn.pnu.edu.ua	

2. Опис дисципліни

Мета та цілі дисципліни
<p>Метою дисципліни є формування у студентів системи знань про опанування студентами соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.</p> <p>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.</p>

3. Структура дисципліни

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Тема 1. Феномен соціальних мереж	Знати поняття соціальної мережі, теорію шести рукоштованих. Знати види та класифікацію соціальних мереж, функціонал соціальних мереж. Розуміти безпеку та безпеку у соціальних мережах	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
2.	Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	Розуміти, яке значення і роль мають соціальні мережі для економіки і соціального життя сучасного суспільства, вміти застосовувати теорію соціальних мереж, здійснювати їх аналіз та визначати оптимальний варіант використання	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).

		соціальної мережі як платформи Інтернет-маркетингу	
3.	Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	Розуміти і вміти застосовувати комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компанії та вирішення інших бізнес-завдань; вміти створити «бренд» та зробити його впізнаваним за допомогою соціальних мереж; здобути навички роботи з цільовою аудиторією та вміти створювати з нею прямий зворотній зв'язок; розуміти механізми співпраці з тією цільовою аудиторією, яка вже не реагує на класичні види реклами; вміти поєднувати маркетинг і піар	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
4.	Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	Знати, що таке контент-план, курування контенту, типи і способи курування контенту. Розуміти правила успішного курування контенту, аутсорсинг SMM. Знати про бюджет на SMM-кампанію, вартість SMM розкрутки. Знати, як самому навчитися SMM та тренди в SMM.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
5.	Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	Знати, як просувати сайти і рекламування продуктів за допомогою Facebook. Мати навички рекламування на тематичних сторінках, створених спеціально для цих цілей і відкритих навіть для незареєстрованих користувачів Facebook. Рекомендації подібних сторінок іншим користувачам, просування в групах.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
6.	Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	Знати про основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу, метрики Facebook, ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
7.	Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах	Розуміти особливості функціонування соціальних мереж як інструментарію впливу на свідомість населення та ведення інформаційних війн, аналізувати моделі впливу на свідомість користувачів соціальних медіа та використовувати їх для поширення необхідної інформації	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).

8.	Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування	Здобути практичні уміння та навички щодо створення авторських, текстових, мультимедійних блогів, відеоблогів, підкастів тощо; розуміти специфіку різних платформ для блогінгу, інструментарію поширення і промоції матеріалів у соцмережах, принципів побудови контенту; здійснювати аналітику аудиторії, пошук власного стилю створення контенту; вміти аналізувати наявний досвід створення і популяризацію контенту у блогосфері, використовувати методи маніпуляції, прийоми привернення уваги і формування власної аудиторії тощо	Контрольні запитання, кейси, підготовка мультимедійної презентації, завдання для самостійної роботи (тести).
----	--	--	--

4. Теми практичних занять

№	Тема	Кількість годин
1.	Тема 1. Феномен соціальних мереж	1
2.	Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	1
3.	Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	2
4.	Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	2
5.	Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	2
6.	Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	2
7.	Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах	2
8.	Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування	2
Разом		14

5. Самостійна робота

Самостійна робота студентів при вивченні дисципліни «SMM менеджмент» складається з різних її видів:

- 1) підготовка до аудиторних 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	8
2.	Тема 2. Соціальні мережі: сучасний маркетинговий інструмент управління	8
3.	Тема 3. Маркетинг соціальних медіа (SMM)	8
4.	Тема 4. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	8
5.	Тема 5. Таргетована реклама у FACEBOOK	7
6.	Тема 6. Ефективність роботи в соціальних мережах	7
7.	Тема 7. Інформаційні війни у соціальних мережах	7
8.	Тема 8. Блогосфера та блогінг як інструмент просування	7
Разом		60

6. Методи навчання

За характером пізнавальної діяльності, при вивченні дисципліни «SMM менеджмент» 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, вмінь та якостей здобувачів освіти), проєктно-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.

7. Система оцінювання дисципліни

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 68 балів.

Накопичування балів під час вивчення дисципліни

Вид навчальної роботи	№ теми								Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Практичне заняття (опрацювання завдання)	9	9	9	9	8	8	8	8	68
Самостійна робота (тестування з теми)	4	4	4	4	4	4	4	4	32
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 призначенні 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 32 бали.

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	




8. Ресурсне забезпечення








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. Замасвої. 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.

9. Інформація про підвищення кваліфікації викладачів

Підвищення кваліфікації на кафедрі економіки, менеджменту та адміністрування Херсонського державного університету, 180 год, 18 травня – 30 червня 2022 р.

10. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра управління та бізнес-адміністрування м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57,  каб. 111 (вхід з вул. Чорновола)  тел. +38 (097) 771-80-54 – ст. лаборант кафедри Галина Володимирівна Яцків  https://kutba.pnu.edu.ua/
---------	---

	 kutba@pnu.edu.ua Сторінки в соцмережах:  https://www.facebook.com/mbakafedra  https://www.instagram.com/kafedra_mba/
Викладач	 <div data-bbox="938 689 1481 869" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><i>Ірина Іванівна Григорук</i> <i>доктор філософії з економіки, доцент кафедри управління і бізнес-адміністрування</i></p> </div>
Контактна інформація викладачів	 тел. +38 (067) 687-42-36  iryna.hryhoruk@pnu.edu.ua  https://www.facebook.com/generaljuk/

11. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • 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». • Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». • Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>Ознайомитися з даними положеннями та документами можна за посиланням: https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/</p>
--------------------------	--

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/

Викладач



Григорук І.І.