



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг у соціальних мережах»

Спеціальність	073 Менеджмент
Освітня програма	073.010 Менеджмент організації і адміністрування
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. 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	



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

За необхідністю

Сторінка курсу на платформі Moodle
(персональна навчальна система)

<https://pns.hneu.edu.ua>

Рекомендовані джерела

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		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Політики навчальної дисципліни

Політика дотримання академічної доброчесності: під час навчання здобувач вищої освіти має дотримуватися академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, залік); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Списування під час контрольних (модульних) робіт заборонено (в тому числі із використанням мобільних девайсів). <https://www.hneu.edu.ua/akademichna-dobrochesnist/>

Політика щодо відвідування занять: активна робота здобувача під час лекційних та практичних (семінарських) занять оцінюється у 0,5 бала; відсутність на занятті унеможлиблює отримання здобувачем відповідних балів; за наявності 50% і більше пропусків лекційних занять здобувач може бути допущений до підсумкового контролю лише після представлення короткого конспекту лекційного матеріалу за пропущеними темами.

Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну: виконання та захист завдань з дисципліни відбуваються згідно графіку організації навчального процесу за навчальною дисципліною, який представлено у робочому плані (технологічній карті). Відхилення від графіку не впливає на результати оцінювання

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

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