

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



Економічний факультет
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
WEB-маркетинг SMM

Галузь знань:

07 Управління і адміністрування

05 Соціальні та поведінкові науки (051 Економіка)

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від “23” листопада 2023р.

м. Івано-Франківськ – 2023р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Опис дисципліни
3. Структура курсу
4. Система оцінювання курсу
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу
6. Ресурсне забезпечення
7. Контактна інформація
8. Політика навчальної дисципліни

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	WEB-маркетинг SMM
Освітня програма	-
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	-
Галузь знань	-
Освітній рівень	Бакалавр, магістр
Статус дисципліни	вибіркова
Курс / семестр	1-4 курс/ 2семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 14 год. Семінарські заняття – 16 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pro/course/subscription/through/url/583a26c49220c4f3fc08

2. Опис дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальнотеоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів.

Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:

1. Соціальний медіа маркетинг.

2. Вивчення рекламного інструментарію популярних соцмереж: Facebook, Instagram, особливості контенту, просування та реалізація SMM.

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

Основними цілями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із проведення SMM на підприємстві.

Компетентності

– Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

– Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

– Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

– Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

- Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.
- Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- Здатність працювати в міжнародному контексті.
- Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
- Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
- Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Вступ до соціального медіа маркетингу.	Розуміти суть і значення соціального медіа маркетингу в системі управління підприємством.	Тести, питання, кейси
2.	Етапи створення SMM кампанії.	Знати процес створення SMM кампанії.	Тести, питання, кейси
3.	Соціальні мережі та цільові аудиторії.	Розуміти сутність соціальних мереж та цільові аудиторії.	Тести, питання, кейси
4.	SMM в Instagram.	Вміти визначити алгоритм роботи SMM в Instagram характеристику його основних етапів.	Тести, питання, кейси
5.	SMM в Facebook.	Розуміти маркетингове планування: суть, зміст, основні завдання та принципи; Знати алгоритм роботи SMM в Facebook.	Тести, питання, кейси
6.	Огляд сервісів для роботи SMM.	Розуміти теоретичні основи формування маркетингової стратегії підприємства. Вміти визначити необхідні сервіси для роботи SMM.	Тести, питання, кейси
7.	Оцінка ефективності SMM кампанії.	Вміти здійснити оцінку ефективності SMM кампанії.	Тести, питання, кейси

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекція	7
Семінарське заняття	24
Самостійна робота	9
Індивідуальне завдання	10
Залік (Проектна робота)	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																			Разом		
Лекції					1	1				1	1	1	1	1						7		
Семінарські з-тя		2	2		2	2				2	2	2	2	2	2				2	24		
Самостійна р-та																			9	9		
Індивідуальні завдання																			10	10		
Залік (Проектна робота)																				50		
Всього за тиж-нь		2	2		3	3				3	3	3	3	3		2	2		2	19	50	100

Примітка: не рекомендується на один тиждень планувати кілька форм контролю.

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tuten, Tracy L. Social media marketing. Sage, 2020. 2. Duffett, Rodney Graeme. "Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes." Young Consumers (2017). 3. 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. 4. Jacobson, Jenna, Anatoliy Gruzd, and Ángel Hernández-García. "Social media marketing: Who is watching the watchers?." Journal of Retailing and Consumer Services 53 (2020). 5. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії. Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8353 6. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. Бізнес Інформ. 2020. №8. С. 266–277. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277 7. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління 2020. №4 (27). С. 41–45. https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7 8. Saravanakumar, Murugesan, and T. SuganthaLakshmi. "Social media marketing." Life science journal 9.4 (2012): 4444-4451. 9. Xu, Shan, Zheng Wang, and Prabu David. "Social media multitasking (SMM) and well-being: Existing evidence and future directions." Current Opinion in Psychology (2022): 101345. 10. Ільяхов, Максим, and Людмила Саричева. "Пиши, скорочуй." Як створити дієвий текст. К.: Форс Україна (2019). 	

7. Контактна інформація

Кафедра	Прикарпатський національний університет ім.Василя Стефаника м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 Гуманітарний корпус, восьмий поверх, ауд. 810 (0342)55-32-32 kmim@pnu.edu.ua
Викладач (і) Гостьові лектори	Благун Іван Іванович -доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту і маркетингу
Контактна інформація викладача	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua

8. Політика навчальної дисципліни

<p>Академічна доброчесність</p>	<p>Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» від 29 грудня 2015 року.</p> <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 запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів 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 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>За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.</p>
<p>Пропуски занять (відпрацювання)</p>	<p>Відвідування занять є обов’язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.</p> <p>Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «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) .</p>
<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну</p>	<p>Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини,</p>

	що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю. У разі виконання завдання студентом 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)
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/нормативнідокументи/polo_zhenja/
Додаткові бали	За рішенням кафедри студентам, 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).
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).

Викладач проф. Благун І.І.