

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



SMM (маркетинг у соціальних мережах)

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Савицька Наталія Леонідівна



Вища освіта – спеціальність Маркетинг

Науковий ступень – доктор економічних наук

Вчене звання – професор

Досвід роботи – 27 років

Показники професійної активності з тематики курсу:

- співавторка 3 методичних рекомендацій
- наукове консультування підприємств, установ, організацій не менше трьох років, що здійснювалося на підставі договору
- членкиня ГО Українська асоціація маркетингу, розробник професійного стандарту «Маркетолог», часткової кваліфікації SMM
- членкиня підкомісії з маркетингу НМК МОН України.

телефон

електронна пошта

n.savytska@biotechuniv.edu.ua

дистанційна підтримка

Moodle

До викладання дисципліни долучені: асистент Полевич Катерина Віталіївна

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у здобувачів вищої освіти знань та практичних навичок, які дозволять їм розв'язувати прикладні завдання з використанням інструментів маркетингу в соціальних мережах (SMM).
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, імітаційний проєкт
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	<ul style="list-style-type: none">Здатність використовувати різні методи пошуку, оброблення та аналізу різноманітної інформації, будувати та розвивати логічні аргументи з чітким формулюванням висновків щодо них/ практичне заняття 1, практичне заняття 2, семінарські заняттяЗастосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції / індивідуальне завдання, практичне заняття 3Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань / практичне заняття 1, практичне заняття 3, практичне заняття 4, практичне заняття 5, індивідуальне завданняЗдатність створювати рекламні тексти та креативи /практичне заняття 5, практичне заняття 6
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин практичні; модульний контроль (3 модулі); підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	вільне зарахування

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ SMM

Лекція 1.	SMM для бізнесу, соціальні платформи	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Наповнення бізнес сторінки у мережі Facebook контентом за обраною темою індивідуального завдання
Лекція 2.	Контентна стратегія у соціальних мережах	Практичне заняття 1 (ПЗ 1) ПЗ 2	Створення бізнес сторінки у мережі Facebook та її фармінг Тренінг практичних навичок «Контент-план»		

Модуль 2. ОСНОВИ ТАРГЕТИНГУ

Лекція 3.	Сегментація цільової аудиторії, таргетинг	Семінарське заняття	Обговорення проблемних питань у вигляді дискусії	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Розробка сценарію рекламної компанії
Лекція 4.	Структура рекламної компанії в мережі Facebook і Instagram	ПЗ 3 ПЗ 4	Огляд функціоналу Facebook Ads Manager та рекламного кабінету Створення портрету ЦА, індивідуальних аудиторій, LAL-аудиторій, пікселя Facebook		

Модуль 3. СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНИХ ОГОЛОШЕНЬ

Лекція 5.	Сервіси для створення рекламних креативів	Кейс для дискусії	Обговорення прикладів рекламних компаній у соціальних мережах	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Створення креативів і рекламних текстів для індивідуального завдання
Лекція 6.	Сутність копірайтингу	ПЗ 5 ПЗ 6	Тренінг практичних навичок «Дизайн рекламного оголошення» Створення рекламних текстів за моделлю AIDA		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література

1. Марченко О.М. Маркетинг у соціальних мережах : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2025. 256 с.
2. Виноградова О.В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах: навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
3. Hanlon, A., & Tuten, T. L. (2022). *The SAGE handbook of social media marketing*. (Vols. 1-0). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781529782493>

Методичне забезпечення

1. Савицька Н. Л. , Олініченко К.С., Полевич К.В. Маркетинг у соціальних мережах (SMM): Конспект лекцій для здобувачів вищої освіти. Х. :Видавництво Іванченка І. С., 2024. – 21 с.
2. Савицька Н. Л. , Олініченко К.С., Полевич К.В. Маркетинг у соціальних мережах (SMM): Методичні вказівки для практичних занять для здобувачів вищої освіти. Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2024. 16 с.
3. Маркетинг у соціальних мережах (SMM): Збірник тестових завдань для здобувачів вищої освіти. Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2024.

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (<https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2024/01/norm-b-pol-org-op.pdf>)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	100% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	індивідуальний проєкт
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 30	відповіді на семінарських заняттях
		до 30	виконання практичної роботи
		до 30	результат засвоєння блоку самостійної роботи
Індивідуальний проєкт	10 бальна	до 10	презентація і захист індивідуального проєкту

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.