



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «SMM Маркетинг»

Компонента освітньої програми – *вибіркова* (4 кредити)

<b>Освітньо-професійна програма</b>	Менеджмент організацій і адміністрування
<b>Спеціальність</b>	073 Менеджмент
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Мова навчання</b>	українська
<b>Профайл викладача</b>	Юрій Тетяна Петрівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку <a href="https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/yurii-tetiana-petrivna/">https://mmix.chnu.edu.ua/kafedra/spivrobitnyky/yurii-tetiana-petrivna/</a>
<b>Контактний тел.</b>	+38(0372) 509 465
<b>E-mail:</b>	t.yuriy@chnu.edu.ua
<b>Сторінка курсу в Moodle</b>	
<b>Консультації</b>	вівторок, 11 <sup>10</sup> - 12 <sup>10</sup>

### АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Метою навчальної дисципліни «SMM маркетинг» є формування у студентів системних теоретичних знань і практичних навичок щодо планування, реалізації та оцінювання ефективності маркетингового просування в соціальних мережах.

Курс охоплює ключові етапи роботи в SMM: розробку комплексної SMM-стратегії, створення контент-стратегії та візуальної концепції, аналіз цільової аудиторії і конкурентного середовища, роботу з трендами та формування контент-плану. Окрема увага приділяється практичному освоєнню інструментів таргетованої реклами, налаштуванню рекламного кабінету, роботі з метриками та аналітикою рекламних кампаній.

У процесі навчання здобувачі освіти набувають компетентностей, необхідних для ефективного управління SMM-проектами, створення креативних матеріалів, запуску рекламних кампаній та обґрунтованого прийняття маркетингових рішень у цифровому середовищі.

### НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

#### МОДУЛЬ 1. ОСНОВИ SMM-МАРКЕТИНГУ ТА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ

Тема 1. SMM-стратегія: цілі, позиціонування та старт роботи в соціальних мережах

Тема 2. Контент-маркетинг у соціальних мережах: контент-стратегія та копірайтинг

Тема 3. Візуальна комунікація в SMM: дизайн-стратегія та оформлення контенту  
Тема 4. Дослідження цільової аудиторії, конкурентний аналіз і SMM-тренди

## **МОДУЛЬ 2. ПЛАТФОРМИ, РЕКЛАМА ТА АНАЛІТИКА В SMM**

Тема 5. Facebook як інструмент SMM: просування, комунікація та продажі

Тема 6. Instagram у SMM: формати контенту, залучення та просування

Тема 7. TikTok у SMM: алгоритми, тренди та відеостратегія

Тема 8. LinkedIn у SMM: B2B-комунікації та професійне позиціонування

Тема 9. Таргетована реклама та аналітика в SMM: налаштування, метрики, оптимізація

## **ФОРМИ, МЕТОДИ ТА ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ**

Освітні технології, що використовуються для викладання:

1. Лекції з використанням презентацій, прикладів сучасних SMM-кейсів та демонстрацією інструментів роботи в соціальних мережах.
2. Практичні заняття з розробки SMM-стратегії, контент-плану, створення креативів та виконання прикладних завдань у форматі індивідуальної і групової роботи.
3. Кейс-стаді та аналіз реальних прикладів просування брендів у Facebook, Instagram, TikTok та LinkedIn.
4. Дистанційне навчання із використанням платформи MOODLE та інших онлайн-ресурсів, необхідних для самостійного опрацювання матеріалу та тестування.

Під час навчальних занять використовуються традиційні та інтерактивні методи навчання:

- лекція-візуалізація;
- семінар-дискусія;
- практичні заняття з виконанням SMM-завдань;
- аналіз і розв'язання кейсів (Case study);
- робота з тестами;
- робота в групах;
- дистанційне навчання з використанням відповідних онлайн-платформ.

## **ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ**

Навчальний матеріал розподілено за 2-ма модулями. Максимальна оцінка за кожний модуль складає 30 балів. Ще 40 балів студент може отримати на заліку.

Формами поточного контролю є усна чи письмова (тестування, есе, фіксований виступ, наукова публікація з проблем ситуаційного управління) відповідь студента, звіт та презентація матеріалів самостійної роботи студента.

Формою підсумкового контролю є залік.

### **Засоби оцінювання**

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання можуть бути:

- МО 1. фронтальне опитування;
- МО 2. індивідуальне опитування;
- МО 3. презентація результатів виконання індивідуальних завдань (творчих, розрахункових, аналітичних);
- МО 5. захист бізнес-кейсів, проєктів;
- МО 8. есе;
- МО 10. розв'язування практичних ситуацій;
- МО 11. тестування;
- МО 13. модульні контрольні роботи;
- МО 14. підсумковий контроль – залік.

*Підсумковий контроль – залік.*

### **КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

Критерієм успішного оцінювання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів (балів) за кожним запланованим результатом навчання.

Оцінювання знань студента під час практичних занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями:

- розуміння та ступінь засвоєння теоретичних основ SMM і цифрових комунікацій у соціальних мережах;
- ступінь засвоєння ключових понять і практичних інструментів дисципліни (SMM-стратегія, контент-стратегія, дизайн-стратегія, таргетинг, аналітика);
- ознайомлення з рекомендованою та сучасною літературою, а також актуальними матеріалами з тематики просування бізнесу в соціальних мережах;
- уміння поєднувати теорію з практикою під час аналізу кейсів та розробки SMM-рішень для конкретного бізнесу;
- застосування аналітичних підходів (аналіз цільової аудиторії, конкурентів, трендів, KPI та метрик ефективності);
- здатність до критичної та незалежної оцінки ефективності контенту й рекламних кампаній, визначення можливостей та ризиків у цифровому середовищі;
- якість, логічність і чіткість викладення міркувань у письмових та усних формах (презентації, проєктні завдання, кейси, звіти).

### **ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими

документами:

- ✓ «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivetsko-ho-natsionalnoho-universytetu.pdf>
- ✓ «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича» <https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwgb/polozhennia-chnu-pro-plahi-at-2023plusdodatky-31102023.pdf>

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Meta Business Help Center (Ads Manager, Business Suite): <https://www.facebook.com/business/help>
2. TikTok Business Learning Center: <https://www.tiktok.com/business/learn>
3. Instagram for Business (офіційні ресурси): <https://business.instagram.com/>
4. LinkedIn Marketing Solutions (офіційні матеріали): <https://business.linkedin.com/marketing-solutions>
5. Google Analytics (довідка та навчальні матеріали): <https://support.google.com/analytics>

*Детальна інформація щодо вивчення курсу «SMM Маркетинг» висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни*

*<https://ecomanager.chnu.edu.ua/media/gfhfxzip/rp-smm-marketynh.pdf>*