



Силабус курсу

Маркетинг соціальних мережах

Ступінь вищої освіти – бакалавр

Галузь знань – 07 Управління та адміністрування

Спеціальність – 073 Менеджмент

Освітньо-професійна програма «Управління персоналом»

Рік навчання: 3, Семестр: 6

Кількість кредитів: 5 ECTS Мова викладання: українська



Керівник курсу

канд.екон.наук, доцент кафедри
маркетинг ЗУНУ

Процишин Юлія Тарасівна

Контактна інформація melenchykyuliia@gmail.com

Опис курсу

Мета вивчення дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» спрямована на формування у студентів системи теоретичних знань щодо основних напрямів розвитку інтерактивного маркетингу, а саме, Social Media Marketing (SMM), а також набуття практичних навиків використання механізмів розповсюдження та просування в Інтернет-середовищі.

Повний курс для тих, хто хоче освоїти ключові компетенції SMM-спеціаліста шляхом балансу теорії та практики курсу, що дозволяє освоїти всі можливості соціальних мереж та отримати практичні рекомендації щодо оформлення та дизайну акаунту.

Структура курсу

№ з/п	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Характеристика маркетингу в соціальних мережах та його особливості під час війни.	Опанувати суть та поняття SMM. Розуміти переваги маркетингу соціальних мереж та фактори ризику SMM під час війни.	Тести, опитування, кейс
2.	Цілі SMM, аналіз цільової аудиторії та конкурентів.	Освоїти основні етапи аналізу конкурентів та цільової аудиторії. Засвоїти класифікацію та сегментацію цільової аудиторії. Опанувати методи побудови портрету цільової аудиторії.	Тести, опитування, практичні завдання
3.	Маркетингова стратегія соціальних мереж.	Освоїти етапи побудову стратегії соціальних мереж. Вміти аналізувати та формувати унікальну торгову пропозицію (УТП).	Тести, опитування, ситуаційні завдання
4	. Маркетинговий бриф	Освоїти етапи створення маркетингового брифу соціальних мереж. Зрозуміти кому потрібний і для чого формують маркетинговий бриф соціальних мереж.	Тести, опитування, практичне завдання
5.	Копірайтинг.	Оволодіти навиками написання ефективних текстів. Засвоїти структуру ефективних текстів. Зрозуміти особливості написання продажних та інформаційних текстів в соціальних мережах. Навчитися писати в стилі сторітелінгу.	Тести, опитування, практичне завдання
6.	Різновиди контенту в соціальних мережах.	Навчитися розробляти контент-план. Зрозуміти особливості контенту в соціальних мережах. Засвоїти види контенту.	Тести, опитування, практичне завдання
7.	Візуальна подача акаунту.	Освоїти навик стилистичного оформлення бізнес профілю в соціальних мережах та методи креативного ведення, наповнення акаунту.	Тести, опитування, практичне завдання
8.	Безкоштовні методи просування та таргетована реклама.	Зрозуміти які є методи просування в соціальних мережах.	Тести, опитування, ситуаційні завдання

Літературні джерела

1. Борисова Т.М. Словник понять і термінів з Інтернет-маркетингу. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 138 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/49383>
2. Весь Facebook. URL: <http://allfacebook.com.ua>
3. Виногорова О. В., Недопако Н.М Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.
4. Гвоздева А. А., Філіна О. В.. «Реклама у фейсбуку та інстаграмі». - 2021.
5. Гвоздева А.А., Філіна О.В. Фейсбук та інстаграм: від створення сторінки до розвинутої спільноти за 30 днів : книга-тренінг. Київ: 2021. 290 с.
6. Контент-маркетинг. URL: <https://www.facebook.com/groups/235160016573323/>
7. Корисні освітні матеріали Genius Space. URL:<https://geniusmarketing.me/lab/>
8. Маркетинг: навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.]; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль: ЗУНУ, 2021. 180 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/42757>.
9. Похилько С. В., Єременко А.Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2020. № 3. С. 130–139. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81583>

10. Процишин Ю. Т., Борисова Т.М. Дослідження векторів використання інтернет-маркетингу в сфері міського громадського транспорту. *Вісник ХНУ*. 2020, №2. С. 130-135. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2\(280\).pdf#page=130](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2020/VKNU-ES-2020-N2(280).pdf#page=130)

11. Процишин Ю.Т. Автоматизація процесів за допомогою чат-бота. Маркетинг і цифрові технології: Зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф. 29–30 вересня 2022 р. / Одеська політехніка. Одеса: ТЕС, 2022. С. 106-107. URL: https://mdt-opu.com.ua/files/download/2022/Tezy_2022.pdf

12. Процишин Ю.Т. Термінологія з маркетингу соціальних мереж (SMM). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 49 с. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/handle/316497/49380>

13. Рибіна О. І., Шепілов Д. О., Писаренко К. О. *Сила «лайку»*. Вплив маркетингу в соціальних мережах на залучення клієнтів. *Вісник СумДУ*. 2020. №1. С.118–123. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/78697/1/Rybina_marketynhovi_komunikatsii.pdf

14. Словник понять і термінів з маркетингу / Борисова Т.М., Галько Л.Р., Дудар В.Т, Іванечко Н.Р., Окрепкий Р.Б., Процишин Ю.Т., Хрупович С.Є. -Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 112 с. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/handle/316497/49382>

15. Хрупович Світлана, Процишин Юлія. Студії креативного маркетингу : електронний навч. посібник. Тернопіль: Західноукраїнський національний університет, 2021. 146 с.

16. Швидка SMM-допомога: як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. / Л. Гуляєва та ін.; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.

Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання. Для виконання усіх видів завдань та проведення контрольних заходів встановлюються конкретні терміни, про які викладач повідомляє студентів на початку вивчення дисципліни. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності. Використання друкованих або електронних джерел інформації під час проведення поточного контролю знань та модульних робіт та заборонено.

Політика щодо відвідування. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, навчання закордоном, закордонне стажування, карантин, воєнний стан) навчання може відбуватись в дистанційній формі за погодженням із керівником курсу з дозволу дирекції факультету шляхом виконання завдань, розміщених у системі дистанційного навчання ЗУНУ Moodle.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4
20%	20%	20%	20%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота

<p>Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-4. Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки. Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком, поточне оцінювання проводиться під час консультацій, та шляхом виконання завдань в системі MOODLE. Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>	<p>Модульний контроль проводиться в MOODLE за темами 1-4 Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>	<p>Оцінка за поточне оцінювання визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 5-8. Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки. Для здобувачів, які навчаються за індивідуальним графіком, поточне оцінювання проводиться під час консультацій, та шляхом виконання завдань в системі MOODLE. Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>	<p>Модульний контроль проводиться в MOODLE за темами 5-8 Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>	<p>Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час тренінгу Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>	<p>Проходження курсу на онлайн-платформі Дія з отриманням сертифікату (ЄКТС 0.1) Оцінювання за 100-бальною шкалою</p>
--	---	--	---	--	---

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом