

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра педагогіки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан гуманітарно-педагогічного
факультету

Інна САВИЦЬКА
«17» червня 2025 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри педагогіки
протокол № 16 від “10” червня 2025 р.

Завідувач кафедри _____ Лідія ЧЕРЕДНИК

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОПП «Педагогіка вищої школи»

_____ Олег ЄРЕСЬКО

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«ОСВІТНІЙ КОУЧИНГ ТА SMM-МЕНЕДЖМЕНТ В ОСВІТІ»

Галузь знань: А «Освіта»

Спеціальність: А1 «Освітні науки»

Освітня програма: «Педагогіка вищої школи»

Факультет: Гуманітарно-педагогічний

Розробники: Кучай О.В., професор кафедри педагогіки, д.п.н., професор,
Єресько О.В., доцент кафедри педагогіки

Київ – 2025 р.

Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Освітній коучинг та SMM-менеджмент в освіті» належить до циклу спеціальної (фахової) підготовки вибіркових освітньо-професійної програми «Педагогіка вищої школи».

Дисципліна складається з двох змістових модулів і охоплює теоретичні та практичні аспекти застосування технологій коучингу в освіті, використання соціальних мереж у професійній комунікації, просуванні брендів, створенні візуального контенту, аналітиці цифрової активності, управлінні репутацією та рекламними кампаніями.

Особлива увага приділяється вивченню цільової аудиторії, виявленню можливостей людини, розвитку її професійних і особистих якостей, формуванню ефективної контент-стратегії, роботі з платформами SMM та інструментами таргетингу. Освітній процес спрямований на підвищення рівня особистої ефективності, формування практичних навичок з управління SMM-проектами з урахуванням специфіки аграрної і природоохоронної сфер, а також розвиток критичного мислення щодо ефективності цифрової комунікації.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	A1 Освітні науки	
Освітня програма	Педагогіка вищої школи	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	1	
Семестр	2	
Лекційні заняття	30 год.	
Практичні, семінарські заняття	30 год.	
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	60 год.	
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета: сформувати у здобувачів вищої освіти систему знань про стратегії, інструменти та механізми роботи в соціальних медіа, вмінню розкривати можливості особистості, а також забезпечити набуття практичних навичок у реалізації спільних соціальних, особистісних, творчих можливостей учасників процесу неперервного розвитку педагогічної майстерності для отримання максимально можливого результату, в сфері SMM для ефективного просування освітніх, виробничих і підприємницьких проєктів з урахуванням особливостей аграрної галузі та цифрової комунікації.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати проблеми, задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері освітніх, педагогічних наук, що передбачають проведення досліджень та/або використання інновацій за невизначеності умов і вимог.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність до абстрактного та критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями, використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК6. Здатність виявляти, ставити та розв'язувати проблеми, генерувати нові ідеї (креативність).

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК4. Здатність здійснювати експертизу та надавати консультації з питань освітньої політики та інновацій в освіті.

СК7. Критичне осмислення проблем у сфері освіти, педагогіки й на межі галузей знань.

СК8. Здатність інтегрувати знання у сфері освіти/педагогіки та розв'язувати складні задачі у мультидисциплінарних та міждисциплінарних контекстах.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН1. Знати на рівні новітніх досягнень концепції розвитку освіти і педагогіки, методологію відповідних досліджень; проводити самостійні наукові дослідження педагогічних явищ та екстраполювати їх результати в практику викладання.

ПРН3. Формувати педагогічно доцільну партнерську міжособистісну взаємодію, здійснювати ділову комунікацію, зрозуміло і недвозначно доносити власні міркування, висновки та аргументацію з питань освіти і педагогіки до фахівців і широкого загалу, вести проблемно-тематичну дискусію.

ПРН6. Розробляти та реалізовувати інноваційні й дослідницькі проекти у сфері освіти/педагогіки та міждисциплінарного рівня із дотриманням правових, соціальних, економічних, етичних норм.

ПРН7. Створювати відкрите освітньо-наукове середовище, сприятливе для здобувачів освіти та спрямоване на забезпечення результатів навчання; реалізовувати комунікативні стратегії і тактики, методи командування відповідно до контексту педагогічної взаємодії

ПРН9. Здійснювати пошук необхідної інформації з освітніх/педагогічних наук у друкованих, електронних та інших джерелах, аналізувати, систематизувати її, оцінюючи достовірність та релевантність.

ПРН10. Приймати ефективні, відповідальні рішення з питань управління в сфері освіти/педагогіки, зокрема у нових або незнайомих середовищах, за наявності багатьох критеріїв та неповної або обмеженої інформації; реалізовувати комплекс функцій управління та лідерства (прогнозування, планування, організації, виконання, контролю, координації і мотивації) в освітньому процесі.

ПРН11. Здійснювати консультативну діяльність у сфері освітніх, педагогічних наук.

ПРН12. Аналізувати результати власної педагогічної діяльності і розробляти програму професійного саморозвитку.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тижні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
Модуль 1. Сутність, техніки та інструменти педагогічного коучингу														
Тема 1. Цілі, завдання та принципи	1	8	2	2	-	-	4							

педагогічного коучингу													
Тема 2. Ключові та професійні компетенції у коучинговій взаємодії	2	8	2	2	-	-	4						
Тема 3. Менеджмент в стилі педагогічний коучинг	3	8	2	2	-	-	4						
Тема 4. Базові моделі коучингової взаємодії	4-7	32	8	8	-	-	16						
Разом за модулем 1	56		14	14			28						
Модуль 1. Основи SMM та робота з аудиторією													
Тема 1. Роль SMM у сучасному житті. Психологія поведінки аудиторії в соцмережах	8-9	16	4	4	-	-	8						
Тема 2. Створення контент-стратегії для соцмереж	10	8	2	2	-	-	4						
Тема 3. Інструменти та платформи для ефективного SMM	11	8	2	2	-	-	4						
Тема 4. Таргетована реклама: налаштування та оптимізація	12	8	2	2	-	-	4						
Тема 5. Аналітика та оцінка ефективності SMM-кампаній	13	8	2	2	-	-	4						
Тема 6. Кризовий SMM: управління репутацією у соцмережах	14-15	16	4	4	-	-	8						
Разом за модулем 2	64		16	16			32						
Усього годин	120		30	30	-	-	60						

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Зміст і завдання курсу. Педагогічний коучинг. Історія виникнення	2
2.	Ключові та професійні компетенції у коучинговій взаємодії	2
3.	Основні принципи менеджменту на основі коучингової взаємодії	2
4.	Основи ефективної комунікації між партнерами	2
5.	Створення середовища безпеки у коучинговій взаємодії	2

6.	Ефективні моделі педагогічного коучингу в партнерській взаємодії	4
7.	Основи та значення SMM у сучасному маркетингу.	2
8.	Психологія поведінки аудиторії в соцмережах	2
9.	Створення контент-стратегії для соцмереж	2
10.	Інструменти та платформи для ефективного SMM	2
11.	Таргетована реклама: налаштування та оптимізація	2
12.	Аналітика та оцінка ефективності SMM-кампаній	2
13.	Кризовий SMM: управління репутацією у соцмережах	4

4. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Кращі практики педагогічного коучингу в Україні та в світі	2
2.	Розвиток компетенцій педагогічного коучингу	2
3.	Педагогічні умови розвитку компетенцій коучингової взаємодії	2
4.	Алгоритми розширення зони комфорту	4
5.	Базові моделі коучингової взаємодії	4
6.	Аналіз цільової аудиторії в одній соцмережі.	2
7.	Сегментація аудиторії та створення портрету користувача	2
8.	Розробка контент-плану на місяць для Instagram або Facebook	2
9.	Створення візуального контенту за допомогою Canva або Figma	2
10.	Налаштування рекламної кампанії у Facebook Ads Manager	2
11.	Вимірювання KPI і створення звіту за результатами кампанії	2
12.	Практика реагування на негативні коментарі і кризові ситуації	4

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Історія виникнення педагогічного коучингу	4
2.	Досвід інших країн у використанні технологій коучингу	4
3.	Принципи побудови ефективної комунікації	4
4.	Роль інтуїції у педагогічному коучингу	4
5.	Розроблення плану досягнення результатів у коучинговій взаємодії	8
6.	Позитивний результат коучингової взаємодії	4
7.	Дослідження цільової аудиторії для обраного бренду	4
8.	Підготовка детального портрету цільової аудиторії	4
9.	Створення власного контент-плану для соцмережі TikTok	4
10.	Вивчення і опис популярних інструментів для створення контенту	4
11.	Аналіз рекламної кампанії відомого бренду і підготовка звіту	4
12.	Підготовка аналітичного звіту на основі зібраних даних	4

13.	Розробка стратегії реагування на кризу для обраного бренду	8
-----	--	---

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:
(*вибрати необхідне чи доповнити*)

- усне (письмове) опитування;
- тестування;
- захист виконаних проєктів та есе;
- самооцінювання (не впливає на оцінку).

7. Методи навчання (вибрати необхідне чи доповнити):

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод командної роботи, мозкового штурму
- метод гейміфікованого навчання.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Сутність, техніки та інструменти педагогічного коучингу		
Практична робота 1. Ключові та професійні компетенції у педагогічному коучингу	ПРН 1, 3, 6, 7, 10, 11 Знати: суть педагогічного коучингу, етичний зміст педагогічного коучингу, цілі і завдання педагогічного коучингу у партнерській взаємодії, етапи і фази педагогічного коучингу; принципи педагогічного коучингу, теоретичні основи, техніки та моделі педагогічного коучингу; організаційно-педагогічні умови використання методик педагогічного коучингу; діагностувальні техніки; алгоритми прийняття ефективних рішень; базові моделі коучингової взаємодії; послідовність проведення педагогічних коуч-сесій; структуру й принципи використання коучингових інструментів; досвід закордонних країн використання технології коучингу у розвитку професійної компетентності та кар'єрі.	10
Практична робота 2. Діагностичне моделювання у педагогічному коучингу	Уміти: обирати індивідуально-орієнтовні техніки педагогічного коучингу у суб'єкт-суб'єктній взаємодії, створювати організаційно-педагогічні умови розвитку комунікативних навиків; сприяти ефективному соціальному діалогу у партнерській взаємодії; дотримуватись правил коучингової етики; поєднувати технологічність професійної діяльності з особистісною, соціальною цінністю; швидко адаптуватися до умов праці; планувати довгострокові програми розвитку професійної компетентності суб'єктів	15
Практична робота 3. Базові моделі коучингової взаємодії		15
Практична робота 4. Розроблення і дотримання ефективного плану досягнення результатів у коучинговій взаємодії		15

Практична робота 5. Перевірка результатів коучингової взаємодії	партнерської взаємодії; визначати елементи моделі коучингової взаємодії.	15
Модульна контрольна робота 1.		30
Всього за модулем 1.		100
Модуль 2. Основи SMM та робота з аудиторією		
Практична робота 1. Аналіз цільової аудиторії в одній соцмережі.	ПРН 1, 3, 6, 7, 9 Знати: поняття цільової аудиторії, методи її ідентифікації та характеристики (вік, інтереси, потреби, поведінкові особливості) у межах обраної соціальної мережі; значення аналізу аудиторії для ефективної комунікації та побудови освітнього контенту. Уміти: обирати соціальну мережу для аналізу, визначати та сегментувати цільову аудиторію, аналізувати її активність і вподобання, робити висновки щодо доцільності використання соцмережі для освітніх або інформаційних цілей. Знати: поняття сегментації аудиторії, критерії сегментації (демографічні, психографічні, поведінкові тощо), етапи побудови портрету користувача (user persona), значення цього процесу для адаптації освітнього чи інформаційного контенту. Уміти: здійснювати сегментацію цільової аудиторії за релевантними критеріями, складати деталізований портрет користувача з урахуванням потреб, мотивації, цілей і поведінки, застосовувати результати для планування освітньої комунікації та цифрового контенту. Знати: принципи створення контент-плану, типи контенту (інформаційний, розважальний, освітній, мотиваційний, інтерактивний), особливості форматів і алгоритмів Instagram та Facebook, важливість регулярності та візуальної стилістики. Уміти: формувати контент-план на місяць із урахуванням цільової аудиторії та цілей сторінки, визначати теми публікацій, обирати формати (пости, сторіс, рілс, відео тощо), розподіляти публікації по календарю, планувати взаємодію з аудиторією та аналізувати ефективність контенту. Знати: основи візуального дизайну (композиція, кольори, типографіка), можливості сервісів Canva та Figma для створення графіки, типи візуального контенту для соціальних мереж та освітніх проєктів. Уміти: працювати з інтерфейсом Canva або Figma, створювати графічні матеріали (пости, сторіс, банери, інфографіку тощо), добирати шаблони відповідно до стилю бренду чи проєкту, адаптувати візуальний контент під цільову аудиторію та цілі комунікації. Знати: структуру рекламної кампанії у Facebook (кампанія — група оголошень — оголошення), типи цілей (охоплення,	10
Практична робота 2. Сегментація аудиторії та створення портрету користувача		10
Практична робота 3. Розробка контент- плану на місяць для Instagram або Facebook		10
Практична робота 4. Створення візуального контенту за допомогою Canva або Figma		10
Практична робота 5. Налаштування реklamної кампанії у Facebook Ads Manager		10
Практична робота 6. Вимірювання KPI і створення звіту за результатами кампанії		10
Практична робота 7. Практика реагування на негативні коментарі і кризові ситуації		10
Модульна контрольна робота 2.		30

	трафік, взаємодія, конверсії тощо), основні параметри налаштування (аудиторія, бюджет, розміщення, формат оголошень). Уміти: створювати рекламну кампанію у Facebook Ads Manager, обирати мету реклами, налаштовувати аудиторію за різними критеріями (вік, географія, інтереси), визначати бюджет та розклад, розробляти візуальні матеріали для оголошень і запускати кампанію для досягнення поставлених цілей. Знати: поняття KPI (ключові показники ефективності), основні метрики рекламних кампаній у соціальних мережах (CTR, CPM, CPC, охоплення, покази, конверсії тощо), принципи оцінювання результативності цифрового маркетингу. Уміти: визначати релевантні KPI для конкретної рекламної кампанії, збирати дані з Facebook Ads Manager або інших аналітичних сервісів, аналізувати результати кампанії, виявляти сильні й слабкі сторони, оформлювати звіт із графіками, висновками та рекомендаціями для подальших дій. Знати: види негативних коментарів, причини виникнення криз у соціальних мережах, правила онлайн-етикету, принципи комунікації у складних ситуаціях, етапи антикризового реагування. Уміти: виявляти потенційно критичні ситуації у цифровому середовищі, аналізувати зміст негативних коментарів, формулювати відповідь із дотриманням етичних норм, зберігати імідж організації/бренду, застосовувати стратегії деескалації конфліктів і профілактики репутаційних ризиків.	
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 \cdot 0,7 \leq 70$	
Екзамен	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу.

Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в онлайн формі за погодженням із деканом факультету).
-----------------------------------	--

9. Навчально-методичне забезпечення:

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=4631>);
- посилання на цифрові освітні ресурси;
- підручники, навчальні посібники, практикуми;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти.

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Морозова Г. В. (2021). Соціальні мережі в маркетингових комунікаціях. Київ: Центр учбової літератури.
2. Калюжна І. І. (2020). SMM як інструмент цифрового маркетингу. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця.
3. Котковський В. О., Котковська С. І. (2023). Цифровий маркетинг: теорія і практика. Львів: ЛНУ імені Івана Франка.
4. Козак Ю. Г., Варналій З. С. (2021). Інтернет-маркетинг: навчальний посібник. Київ: Знання.
5. Тихомирова А. В. (2022). Маркетинг у соціальних мережах. Одеса: ОНЕУ.
6. Мельник Л. Г., Сала Р. В. (2020). Інтернет-комунікації в бізнесі. Суми: СумДУ.
7. Нежинська О. О. (2017) Основи коучингу: навчальний посібник. Київ ; Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС». 220 с.: іл.
8. Т. Ю. Чернова, І. С. Голяд, О. А. Тіщук. (2016) Педагогічний коучинг: навч.-метод. посіб [за заг. редакцією Д.Е. Кільдерова]. Київ. 166 с.
9. Barker, M., Barker, D., Bormann, N., & Neher, K. (2017). Social Media Marketing: A Strategic Approach (2nd ed.). Cengage Learning.
10. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). Social Media Marketing (4th ed.). Sage Publications.
11. Zarrella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. O'Reilly Media.
12. Kerpen, D. (2015). Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook & Other Social Networks. McGraw-Hill.