

SMM -МЕНЕДЖМЕНТ

Кафедра адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності

Факультет аграрного менеджменту

<i>Лектори</i>	Ярмошенко Оксана Геннадіївна, асистент
<i>Семестр</i>	7
<i>Освітній ступінь</i>	Бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	30 (15 год лекцій, 15 год практичних занять)

Загальний опис дисципліни

Дисципліна "SMM-менеджмент" спрямована на формування системи управлінських знань і навичок у сфері управління проєктами в соціальних мережах. Студенти вивчатимуть сучасні методи планування, організації та контролю діяльності в соціальних медіа як інструмент для досягнення стратегічних цілей підприємств. Курс охоплює теоретичні та практичні аспекти управління командами, бюджетами та ресурсами для успішної реалізації SMM-кампаній.

Курс орієнтований на розвиток практичних навичок управління командами, ресурсами та бюджетами, необхідних для реалізації ефективних SMM-кампаній. Особлива увага приділяється питанням планування, організації та контролю діяльності в соціальних мережах, а також аналізу результатів для подальшого вдосконалення стратегій.

Теми лекцій:

1. SMM-менеджер: хто це, які його обов'язки.
2. Управління SMM-кампаніями: основні процеси та інструменти.
3. Стратегічне планування у SMM: побудова ефективних стратегій.
4. Сегментація та таргетування аудиторії в соціальних мережах.
5. Принципи контенту: створення, розповсюдження та управління контентом.
6. Візуальна складова SMM: дизайн, мультимедійний контент та відеомаркетинг.
7. Управління ефективністю команди: мотивація та лідерство.
8. Управління взаємодією з клієнтами в цифровому середовищі.

Теми практичних занять:

1. Моніторинг соціальних мереж.
2. Розробка контент-стратегії та контент-плану.
3. Практичне створення візуального контенту для різних платформ соціальних мереж.
4. Порівняльний аналіз конкурентних SMM-стратегій.
5. Колаборація з інфлюенсерами: розробка стратегії співпраці з лідерами думок.
6. Організація та аналіз конкурсів і акцій у соціальних мережах: планування, проведення та оцінка ефективності маркетингових активностей.
7. Управління кризовими ситуаціями у соціальних мережах: створення планів дій для мінімізації негативних наслідків.