



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «Маркетинг соціальних мереж»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Рік навчання: 3, семестр: 6
Форма навчання: денна
Кількість кредитів ЄКТС: 5
Мова викладання: українська

Лектори курсу

Контактна інформація

лектора (e-mail)

Сторінка курсу в eLearn

Ніколаєвська Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

e-mail: nikolaievska@yahoo.com

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=4569>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Маркетинг соціальних мереж – це спеціальна дисципліна, предметом якої є вивчення комплексної системи просування продукції через соціальні мережі, особливостей їх розвитку та оцінки ефективності. Метою дисципліни є формування знань і навичок в галузі Інтернет маркетингу, а зокрема SMM. Завдання дисципліни полягає у розумінні та вивченні комплексу питань, що розкривають зміст та особливості SMM, вивчення основних теоретичних, організаційних та методологічних питань розробки та використання SMM-кампаній; вивчення питань використання соціальних мереж в підприємницькій діяльності; засвоєння методів проведення оцінки ефективності SMM; ознайомлення із ключовими навичками то обов'язками SMM-спеціалістів.

Навчальна дисципліна забезпечує формування ряду компетентностей:

1. Загальні компетентності:

- ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.
- ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК11. Здатність працювати в команді.
- ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

2. Фахові компетентності:

- СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

- СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
- СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків..

3. Програмні результати:

- ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.
- ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
- ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- ПРН19. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.
- ПРН 20. Демонструвати здатність проведення комерційних переговорів державною мовою, а також однією із іноземних мов, виходячи з принципів етики бізнесу
- ПРН 22. Демонструвати здатність до формування проектної команди, розподілу виконавців для забезпечення досягнення проектних цілей.
- ПРН 23. Виконувати дослідження середовища міжнародного бізнесу, аналізувати ситуацію на світовому ринку товарів та послуг, визначати особливості та маркетингову програму виходу підприємства на зовнішні ринки.
- ПРН 24 Здатність формувати бюджети, прогнози та здійснювати оцінку елементів маркетингового компалексу, обирати оптимальні альтернативи.
- ПРН 25. Здатність знаходити та оцінювати нові ринкові можливості та формулювати бізнес-ідеї, розробляти бізнес-плани .
- ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційноправових форм господарювання згідно з чинним законодавством.
- ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації. ПРН 28. Визначати цільові аудиторії інтернет-користувачів, налаштовувати та інтерпретувати звіти системи веб-аналітики, оцінювати ефективність рекламних кампаній і аналізувати дії конкурентів в мережі.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
6 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Історія появи соціальних мереж та SMM	2/2	Розуміти значення та історію розвитку соціальних мереж.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 2. Сучасні тренди в просуванні продукції через мережу Інтернет та соціальні мережі	2/2	Навчитися визначати та аналізувати сучасні тренди в просуванні товарів та послуг через соціальні мережі. Розуміти важливість контент маркетингу для ефективного ведення соціальних мереж. Знати та застосовувати на практиці основні інструменти SMM.		20
Тема 3. Методи контент маркетингу в соціальних мережах	2/2			20
Тема 4. SMM-інструменти	2/2			10
Тест до модуля 1				30
Разом за змістовим модулем 1				100
Модуль 2				
Тема 5. Просування в Instagram	4/4	Знати особливості та ключові методи просування продукції через головні соціальні мережі. Розуміти суть геосоціальних сервісів. Ефективно проводити моніторинг блогів та соціальних мереж, готувати інформацію для проведення аналізу їх ефективності.	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	20
Тема 6. Просування в Facebook	4/4			20
Тема 7. Foursquare та геосоціальні сервіси	2/2			10
Тема 8. Моніторинг соціальних мереж і блогів	2/2			10
				10
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Тема 9. Оцінка ефективності	2/2	Навчитися проводити оцінку ефективності використання соціальних мереж для просування продукції. Вміти	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського	20
Тема 10. Реалізація SMM-кампанії	4/4			20

Тема 11. SMM-спеціаліст та його ключові навички	2/2	планувати та обґрунтовувати SMM-кампанії. Розуміти особливості роботи SMM-спеціалістів, вміти визначати його ключові навички. Знати основні особливості формування цін на ринку SMM та прогнозувати можливі їх зміни.	заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	10
Тема 12. Особливості формування цін на ринку SMM	2/2			20
Тест до модуля 2				30
Разом за змістовим модулем 2				100
Всього за навчальну роботу	$0,7 \cdot (R_{зм1} + R_{зм2} + R_{зм3})$			70
	$R_{НР} = \frac{\dots}{3}$			
Підсумкова атестація (екзамен)				30
Всього за курс	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перекладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перекладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності:	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
Політика щодо відвідування:	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно