ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет бізнес-технологій та економіки
Кафедра маркетингу та логістики

СИЛАБУС
навчальної дисципліни (обов'язкова)
МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
Обсяг освітнього компоненту: (3 кредити / 90 годин)
Вид контролю – залік.

Освітня програма «Маркетинг»
Першого рівня вищої освіти
Спеціальність – 075 «Маркетинг»

Соколова Юлія Олександрівна, доцент кафедри «Маркетинг та логістика», кандидат економічних наук, доцент

Контактна інформація:
- номер телефону: +380506882347;
- e-mail: sjalex2015@gmail.com;
- навчальний корпус та номер аудиторії: г*оловний навчальний корпус Університету, а. 281*

Час і місце проведення консультацій:
За розкладом, головний навчальний корпус, а.281

ОПИС КУРСУ

Цифрове середовище перебирає на себе все більше функцій та завдань дослідження ринку та цільових аудиторій, створення рекламних кампаній, просування продукції, комунікації виробника / торговця та споживача. Бурхливі події останніх років змушують бізнес все більше переводити багато своїх процесів з оф лайн середовища до онлайну, що потребує фахівців з відповідними знаннями та навичками. Дисципліна «Маркетингові програми в соціальних мережах» допоможе розібратися в тому як використовувати соціальні мережі для просування продукції та послуг, сформує базис знань щодо основних принципів роботи соціальних мереж та навички роботи з ними, допоможе опанувати компетентності SMM-маркетолога.

МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

1. Мета курсу описує – сформувати у здобувачів вищої освіти комплекс знань, навичок та компетентностей, необхідних для роботи в середовищі соціальних мереж та виконання обов'язків SMM-маркетолога

2. В результаті вивчення дисципліни «Інтернет-маркетинг» будуть сформовані:

Загальні компетентності:

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

Фахові компетентності:

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної 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.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.

СК15. Здатність організовувати та здійснювати маркетингову діяльність підприємства в соціальних мережах та інтернет-середовищі.

результати навчання:

РН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

РН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

РН19. Демонструвати навички роботи з інструментами інтернет-маркетингу.

РН22. Розробляти та реалізовувати маркетингові плани тактичного рівня з урахуванням галузевих та регіональних особливостей господарювання ринкових суб'єктів.

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Для успішного навчання та опанування компетентностей з дисципліни «Маркетинг соціальних мереж», необхідно розуміння основ маркетингової діяльності, складових маркетингу, інструментів маркетингу; навички роботи в середовищі інтернет-маркетингу, знання інструментів інтернет-маркетингу, основних метрик та показників ефективності, базові знання щодо автоматизації інтернет-маркетингу, знання англійської мови на середньому рівні.

Вивченню дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» передують такі дисципліни як «Маркетинг», «Інтернет-маркетинг», «Іноземна мова», «Економіка підприємства», «Основи бізнесу»..

Дисципліна вивчається у 6-му семестрі підготовки бакалаврів.

ПЕРЕЛІК ТЕМ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН) ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1 – Загальний тематичний план аудиторної роботи

Номер тижня	Теми лекцій, год.	Теми лабораторних/практичних робіт або семінарів, год.
Змістовий модуль 1. Загальні основи маркетингу соціальних мереж		
1, 2	Тема 1. Основи маркетингу соціальних мереж	Пр. 1. Інструменти маркетингу соціальних мереж
3, 4	Тема 2. Аналіз ринку, конкурентів та цільової аудиторії	Пр. 2. Аналіз ринку, конкурентів та цільової аудиторії
5, 6	Тема 3. Соціальні мережі: їх види та особливості	Пр.3 Принципи роботи з різними соціальними мережами. Створення та наповнення бізнес-сторінок в соціальних мережах
Змістовий модуль 2. *Просування в соціальних мережах*		
7, 8	Тема 4. Початок роботи в SMM	Пр.4 Просування в різних соціальних мережах
9, 10	Тема 5. Контент-маркетинг в соціальних мережах	Пр.5 Розробка контенту для соціальних мереж. Створення воронок-продажу, чат-ботів, рубрикаторів, метрики ефективності
11, 12	Тема 6. Інфлюенс-маркетинг	Пр.6 Роль інфлюєнсерів та блогерів у просуванні в соціальних мережах
13, 14	Тема 7. Стратегія SMM просування	Пр.7 Розробка стратегії маркетингу в соціальних мережах

САМОСТІЙНА РОБОТА

Таблиця 2 – Перелік тем та завдань самостійної роботи

№ з.п.	Назва теми	Види СР	Контрольні заходи
1	Тема 1. Основи маркетингу соціальних мереж	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта. Написання тез та статей.	Презентація завдання, тестування
2	Тема 2. Аналіз ринку, конкурентів та цільової аудиторії	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта.	Презентація завдання, тестування
3	Тема 3. Соціальні мережі: їх види та особливості	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта. Написання тез та статей.	Презентація завдання, тестування
4	Тема 4. Початок роботи в SMM	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта. Написання тез та статей.	Презентація завдання, тестування
5	Тема 5. Контент-маркетинг в соціальних мережах	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта.	Презентація завдання, тестування
6	Тема 6. Інфлюенс-маркетинг	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта.	Презентація завдання, тестування
7	Тема 7. Стратегія SMM просування	Робота з інформаційними ресурсами, довідками та бібліотеками соціальних мереж. Виконання практичних завдань. Підготовка презентацій. Неформальна освіта.	Презентація завдання, тестування

РЕКОМЕНДОВАНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ДЖЕРЕЛА

Навчально-методичні матеріали

1. Конспект лекцій та презентаційний матеріал з дисципліни «Інтернет-маркетинг» - https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136.

2. Практична робота №1- №15 - https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136.

3. Методичні вказівки до проведення практичних занять з дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» для здобувачів вищої освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» ОС «Бакалавр» / Укл.

к.е.н., доцент Ю.О. Соколова. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. 27. https://moodle.zp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=169066.

4. Методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» для здобувачів вищої освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» освітньої програми «Маркетинг» ОС «Бакалавр» / Укл. к.е.н., доцент Ю.О. Соколова. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024.

Літературні джерела:

1. Калінін О.Ю., Осецимський І.О., Аль-Ватар О. Потік клієнтів з Facebook та Instagram. Як заробляти за допомогою соціальних мереж. К.: Олді+, 2019. 190 с.

2. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. BookChef, 2022. 432 с.

3. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетьяван А. Книга Маркетинг 5.0. Технології для людства. К.: КМ-Букс, 2024. 280 с.

4. Мартін Т. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. Харків: Фабула, 2020. 304 с.

5. Соколова Ю.О., Широкорад Д.В. Технології та інструменти цифрового маркетингу для просування медичних закладів. *Ефективна економіка*. 2024. №7. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/4240/4275. DOI: http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.64

6. Bergen M. Like, Comment, Subscribe. Inside YouTube's Chaotic Rise to World Domination. Penguin, 2022. 464 p.

7. Cook J. Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, Business and Community. Frances Lincoln, 2020. 256 p.

8. Semenda, O., Sokolova, Y., Korovina, O., Bratko, O., & Polishchuk, I. (2024). Using Social Media Analysis to Improve E-commerce Marketing Strategies. International Review of Management and Marketing, 14(4), 61–71. https://doi.org/10.32479/irmm.16196.

Інформаційні джерела

1. Бібліотека реклами Facebook. URL: https://www.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=UA&media_type=all.

2. Умови та правила Facebook. URL: https://www.facebook.com/policies_center/.

3. Canva – сайт для створення візуального контенту. URL: https://www.canva.com/.

4. Facebook. Головна сторінка. URL : https://www.facebook.com/.

5. Instagram. Головна сторінка. URL : https://www.instagram.com/.

6. LinkedIn довідка. Головна сторінка. URL: https://www.linkedin.com/help/linkedin?lang=uk

7. TikTok Acadamy. Official web-site. URL: https://www.tiktokacademy.com/student/catalog.

ОЦІНЮВАННЯ

Контроль знань з дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» здійснюється за рейтинговою системою оцінювання. Рейтингова оцінка за результатами вивчення дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» визначається як середня двох змістовних модулів, у межах яких розподілені теми.

Для здобувачів вищої освіти денної форми навчання використовуються наступні засоби оцінювання:

- поточний контроль реалізується у формі усного опитування, виступів на практичних заняттях, поточного тестування, правильності виконання практичних завдань, у тому числі запланованих на самостійне опрацювання тощо;
- залік.

Для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання засоби оцінювання: захист контрольної роботи, підсумковий контроль у формі заліку: тести.

Оцінка на заліку виставляється у відповідності до існуючих шкал оцінювання.

Впродовж семестру студенти можуть отримати максимум 100 балів за кожний модуль:

- виконання практичних завдань - до 28 балів (планом передбачено 7 практичних занять, тому за кожну тему можна отримати від 0 до 4 балів: 1 бал – повна відповідність завданню, вичерпний та якісний результат; 2 бал – впевнене та ефективне використання інструментів просування в соціальних мережах; 1 бал – презентація завдання.
- поточний контроль – до 42 балів (здійснюється з 7 тем, тому за кожну тему можна отримати від 0 до 6 балів: 2 бали – знання теоретичних аспектів за темою – визначаються в результаті тестування; 3 бали – опанування практичного інструменту у відповідності до змісту теми; 2 бали – участь в обговореннях, дискусіях);
- неформальтна та/або інформальна освіта (відвідування тренінгів, семінарів – до 5 балів, отримання сертифікатів з інтернет-маркетингу або його окремих складових – до 5 балів, участь у кейс-чемпіонатах – до 3 балів, академічна мобільність – до 2 балів) – до 15 балів;
- наукова діяльність (участь у науковій темі кафедри, участь у конференціях, написання статей) – до 15 балів;
- залік –100 болів максимум (25 тестів по 4 бали).

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика дедлайнів. Здобувач вищої освіти зобов’язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. За наявності поважних причин (відповідно до інформації, яку надано

деканатом) здобувач вищої освіти має право на складання індивідуального графіку вивчення окремих тем дисципліни.

В разі, якщо здобувач вищої освіти проходить додаткове навчання (неформальна та/або інформальна освіта) на освітніх платформах (наприклад, Prometheus), в інформаційних центрах, вивчає дисципліни в інших закладах освіти в межах академічної мобільності, бере участь у кейс-чемпіонатах (наприклад, Marketing Hackathon від компанії Genesis), науковій роботі кафедри, то результати додаткового навчання та активності можуть бути зарахованими або як певна частина годин дисципліни, що відводиться на самостійну роботу, або врахована під час підсумкового контролю та заліку.

Політика академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю, досягнення результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право та суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної (наукової, творчої) діяльності, використання достовірної інформації з офіційних джерел при виконанні проектних завдань.

При вивченні дисципліни політика дотримання академічної доброчесності визначається Кодексом академічної доброчесності Національного університету «Запорізька політехніка» https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N253_vid_29.06.21.pdf

Політика дотримання прав та обов'язків здобувачів вищої освіти. Права і обов'язки с здобувачів вищої освіти відображено у п.7.5 Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Запорізька політехніка» (https://zp.edu.ua/uploads/dept_nm/Nakaz_N405_vid_11.10.24.pdf).

Політика конфіденційності та захисту персональних даних. Обмін персональними даними між викладачем і здобувачем вищої освіти в межах вивчення дисципліни, їх використання відбувається на основі закону України «Про захист персональних даних» (https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text). Стаття 10, п. 3 «Використання персональних даних працівниками суб'єктів відносин, пов'язаних з персональними даними, повинно здійснюватися лише відповідно до їхніх професійних чи службових або трудових обов'язків. Ці працівники зобов'язані не допускати розголошення у будь-який спосіб персональних даних, які їм було довірено або які стали відомі у зв'язку з виконанням професійних чи службових або трудових обов'язків, крім випадків, передбачених законом. Таке зобов'язання чинне після припинення ними діяльності, пов'язаної з персональними даними, крім випадків, установлених законом».

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДЛЯ РОБОТИ НА КУРСІ

Для того, щоб мати доступ до навчально-методичних матеріалів дисципліни, необхідно мати особистий доступ до університетської навчальної платформи Moodle – https://moodle.zp.edu.ua/course/view.php?id=6136.