

**ПрАТ «ВНЗ «МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ
ПЕРСОНАЛОМ»**



МАУП

***СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«SMM-МЕНЕДЖМЕНТ»***

Спеціальність: **D3 Менеджмент**
Освітній рівень: **перший (бакалаврський) рівень**
Освітня програма: **Менеджмент**

МАУП 2025

Загальна інформація про навчальну дисципліну

Назва навчальної дисципліни	«SMM менеджмент»
Шифр та назва спеціальності	D3 «Менеджмент»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	вибіркова
Кількість кредитів і годин	3 кредити / 90 год. Лекції: 20 Семінарські заняття: 14 Самостійна робота студентів: 56
Терміни вивчення дисципліни	
Мова викладання	українська
Вид підсумкового контролю	залік
Сторінка дисципліни на сайті	

Загальна інформація про викладача. Контактна інформація.

Науковий ступінь	
Вчене звання	
Посада	
Дисципліни, які викладає НПШ	
Напрями наукових досліджень	
Посилання на реєстри ідентифікаторів для науковців	
Контактна інформація викладача:	
E-mail:	
Контактний тел.	
Портфоліо викладача на сайті кафедри / Інституту / Академії	

Анотація курсу. Курс «SMM менеджмент» орієнтований на засвоєння студентами сучасних методів розробки стратегій діяльності з просування компаній у соціальних мережах та особливостей функціонування сучасних маркетингових комунікацій в інтернеті.

Предметом навчальної дисципліни «SMM менеджмент». є сукупність теоретичних основ, практичних інструментів, стратегій та методів просування брендів, товарів і послуг у соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram тощо). Вона охоплює аналіз цільової аудиторії, розробку контент-стратегій, налаштування таргетованої реклами, створення контенту, роботу з ком'юніті та управління іміджем у цифровому просторі.

Метою вивчення дисципліни є формування у студентів управлінського мислення та системи знань у сфері управління маркетингом у соціальних мережах (SMM). Розвиток практичних навичок, пов'язаних зі створенням та просуванням рекламних кампаніями в соціальних мережах з використанням сучасних технологій.

Завдання навчальної дисципліни: Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення наступних завдань: - ознайомити студентів із роллю соціальних мереж у XXI столітті, рейтингом найбільш популярних соціальних мереж, способами їх монетизації;

- розкрити особливості професії SMM-менеджера та охарактеризувати ключові сфери суспільного життя, в яких ця професія і освіта є затребуваними;

- надати базові знання щодо створення акаунту в різноманітних соціальних мережах, вибору цільової аудиторії;

- розкрити напрямки впливу «лідерів думок» в соціальних мережах;

- навчити студентів застосовувати SMM-інструментарій для просування бізнесу, бренду, товару чи послуг у різноманітних соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, LinkedIn

- розвинути навички створення контент-плану, копірайтингу та відеоблогінгу, розробки та реалізації SMM-стратегії, налаштування таргетованої реклами.

Пререквізити навчальної дисципліни. Вивчення навчальної дисципліни «SMM менеджмент» базується на знаннях та вміннях, отриманих здобувачами освіти на рівні бакалаврату. А саме: економічна теорія, мікроекономіка, макроекономіка, економіка підприємства, бізнес-аналітика, менеджмент, маркетинг

Постреквізити навчальної дисципліни. Знання та вміння, отримані студентами в процесі вивчення навчальної дисципліни «SMM менеджмент», сприяють успішному вивченню здобувачами вищої освіти цілої низки інших навчальних дисциплін, спрямованих на формування професійних знань і умінь.

Зміст навчальної дисципліни (денна форма навчання)

№	Назва теми	Методи навчання/методи оцінювання	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ОСНОВЕІ ПРИНЦИПИ ТА ЗАСАДИ SMM-МЕНЕДЖМЕНТУ		Методи навчання: словесні (навчальна лекція; бесіда; навчальна дискусія); індуктивний метод; дедуктивний метод; аналітичний метод; синтетичний метод; практичний (робота з економічними моделями, статистичними даними, графіками); пояснювально-ілюстративний; репродуктивний; метод проблемного викладу; частково-пошуковий; дослідницький;	
Тема 1.	Основи соціальних медіа та їх роль у маркетингу.		
Тема 2.	Створення SMM стратегії.		
Тема 3.	Аналіз ринку та конкурентів		
Тема 4.	. Визначення цілей та KPI для SMM стратегії		
Тема 5.	Інструменти для роботи з соціальними медіа	 Методи оцінювання: усний контроль (усне опитування, оцінювання участі у дискусіях, інших інтерактивних методах навчання); письмовий контроль (контрольні, самостійні роботи, аналітичні завдання, реферати); тестовий контроль (тести закритої форми: тест-альтернатива, тест-відповідність, завдання на аналіз даних і моделей); метод самоконтролю та самооцінки; оцінювання кейс-завдань; оцінювання проєктних та лабораторних робіт (моделювання економічних процесів, прогнозування).	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ІНСТРУМЕНТАРІЙ SMM-МЕНЕДЖМЕНТУ			
Тема 6.	Використання інструментів III для SMM		
Тема 7.	Управління спільнотою та взаємодія з аудиторією .		
Тема 8.	Реклама в соціальних мережах		
Тема 9.	Персональний бренд керівника та його вплив на довіру до бренду		
Тема 10.	Залучення лідерів думок		
			Методи оцінювання: усний контроль (усне опитування, оцінювання участі у дискусіях, інших інтерактивних методах навчання); письмовий контроль (контрольні, самостійні роботи, аналітичні завдання, реферати); тестовий контроль (тести закритої форми: тест-альтернатива, тест-відповідність, завдання на аналіз даних і моделей); метод самоконтролю та самооцінки; оцінювання кейс-завдань; оцінювання проєктних та лабораторних робіт (моделювання економічних процесів, прогнозування).
Модульна контрольна робота			
Форма контролю: залік			

Технічне обладнання та/або програмне забезпечення. В освітньому процесі використовуються навчальні аудиторії, бібліотека, мультимедійний проектор та комп'ютер для проведення лекційних та семінарських занять з елементами презентації. Вивчення окремих тем і виконання практичних завдань потребує доступу до інформації зі всесвітньої мережі Інтернет, який забезпечується безкоштовною мережею Wi-Fi.

Форми методи контролю.

Контроль успішності здобувачів освіти поділяється на **поточний** та **підсумковий (семестровий)**.

Поточний контроль здійснюють під час проведення практичних і семінарських занять. Його метою є систематична перевірка:

- розуміння та засвоєння теоретичних основ економічних процесів;
- уміння застосовувати знання для побудови моделей та аналізу економічних даних;
- навичок діагностики та прогнозування економічних процесів;
- використання спеціалізованого програмного забезпечення для моделювання та обробки статистичних даних.

Форми участі студентів у навчальному процесі, які підлягають поточному контролю:

- виступи та презентації з аналізу економічних процесів;
- усні доповіді з розбору економічних кейсів;
- доповнення, запитання до того, хто відповідає;
- систематичність роботи на семінарських заняттях та активність під час обговорень;
- участь у дискусіях, мозковому штурмі, інтерактивних формах заняття;
- аналіз економічних даних, статистичних показників, економіко-математичних моделей;
- письмові завдання (контрольні роботи, тестові завдання, аналітичні та реферативні роботи);
- підготовка конспектів, тез, аналітичних записок;
- самостійне опрацювання тем дисципліни та матеріалів лекцій.

Методи поточного контролю:

- усний контроль (опитування, бесіда, доповідь, повідомлення);
- письмовий контроль (контрольна робота, аналітичний звіт, реферат, виконання завдань на побудову моделей або обробку статистики);
- комбінований контроль (усне та письмове поєднання для оцінки розуміння та практичних навичок);
- презентація самостійної роботи або кейс-аналізу;
- спостереження за активністю та участю у практичних заняттях;
- тестовий контроль (закриті та відкриті завдання, аналіз графіків і моделей);
- робота з проблемними ситуаціями (аналітичні кейси, сценарне моделювання економічних процесів).

Система оцінювання та вимоги.

Таблиця розподілу балів, які отримують здобувачі вищої освіти*

Теми	Поточний контроль знань										Підсумковий контроль		
											Модульна контрольна робота	Залік**	Загальна кількість балів
	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10	20	20*	100
Робота на семінарському занятті	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			
Самостійна робота	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3			

*Таблиця містить інформацію про максимальні бали за кожен вид навчальної роботи здобувача вищої освіти.

Під час оцінювання засвоєння кожної теми за поточну навчальну діяльність здобувачу освіти виставляють оцінки з урахуванням затверджених критеріїв оцінювання для відповідної дисципліни.

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів освіти та розподіл балів, які вони отримують, регламентуються Положенням про оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти у ПрАТ «ВНЗ «МАУП».

Модульний контроль проводиться на останньому занятті модуля у письмовій формі, у вигляді тестування.

Критерії оцінювання модульного тесту з навчальної дисципліни «SMM-менеджмент»:

При оцінюванні модульного тесту враховуються обсяг і правильність виконання завдань:

- оцінка «відмінно» (A) виставляється за правильне виконання всіх завдань (або більше 90% всіх завдань);

- оцінка «добре» (B) виставляється за виконання 80% всіх завдань;

- оцінка «добре» (C) виставляється за виконання 70% всіх завдань;

- оцінка «задовільно» (D) виставляється за правильне виконання 60% запропонованих завдань;

- оцінка «задовільно» (E) виставляється, якщо правильно виконано більше 50% запропонованих завдань;

- оцінка «незадовільно» (FX) виставляється, якщо виконано менше 50% завдань.

Неявка на модульний тест - 0 балів.

Вищезазначені оцінки перетворюються на рейтингові бали таким чином:

«A» - 18-20 балів;

«B» - 16-17 балів;

«C» - 14-15 балів;

«D» - 12-13 балів.

«E» - 10-11 балів;

«FX» - менше 10 балів.

Підсумкова семестрове оцінювання з дисципліни «SMM-менеджмент» є обов'язковою формою оцінювання результатів навчання студентів. Воно проводиться у терміни, визначені навчальним планом, і охоплює обсяг матеріалу, визначений програмою курсу.

Підсумкове оцінювання проводиться у формі тесту. До семестрового оцінювання допускається студент, який виконав усі необхідні роботи.

Підсумкова оцінка виставляється на основі результатів навчання студента протягом семестру. Оцінка студента складається з балів, накопичених за результатами поточного оцінювання, та заохочувальних балів.

Студенти, які виконали всі необхідні завдання і отримали оцінку 60 балів або вище, отримують оцінку, що відповідає отриманій оцінці, без додаткового тестування.

Для студентів, які виконали всі необхідні завдання, але отримали оцінку нижче 60 балів, а також для тих, хто бажає поліпшити свій бал (результат), викладач проводить підсумкову роботу у формі тесту під час останнього запланованого заняття з дисципліни в навчальному семестрі.

Оцінювання додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності. Оцінювання додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності. До додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності відносять участь здобувачів у роботі наукових конференцій, наукових гуртків здобувачів і проблемних груп, підготовці публікацій, участь у Всеукраїнських олімпіадах і конкурсах та Міжнародних конкурсах тощо понад обсяги завдань, які встановлені відповідною робочою програмою навчальної дисципліни.

За рішенням кафедри здобувачам освіти, які брали участь у науково-дослідній роботі та виконували певні види додаткових (індивідуальних) видів навчальної діяльності, можуть присуджуватися заохочувальні (бонусні) бали за визначену освітню компоненту.

Оцінка самостійної роботи

Загальна кількість балів, отриманих студентом за виконання самостійної роботи, є одним із складових академічної успішності з дисципліни. Самостійна робота з кожної теми, відповідно до програми курсу, оцінюється в діапазоні від 0 до 3 балів за допомогою стандартизованих та узагальнених критеріїв оцінювання знань.

Шкала оцінювання виконання самостійної роботи (індивідуальних завдань) критерії оцінювання.

Максимально можлива оцінка самостійної роботи (індивідуальні завдання)	Рівень виконання			
	Відмінно	Добре	Задовільно	Незадовільно
3	3	2	1	0

Форми оцінювання включають: поточне оцінювання практичної роботи; поточне оцінювання засвоєння знань на основі усних відповідей, доповідей, презентацій та інших форм участі під час практичних (семінарських) занять; індивідуальні або групові проекти, що вимагають розвитку практичних навичок і компетентностей (опціональний формат); вирішення ситуаційних завдань; підготовка резюме з самостійно вивчених тем; тестування або письмові іспити; підготовка проектів статей, тез конференцій та інших публікацій; інші форми, що забезпечують всебічне засвоєння навчальної програми та сприяють поступовому розвитку навичок для ефективної самостійної професійної (практичної, наукової та теоретичної) діяльності на високому рівні.

Для оцінювання результатів навчання здобувача вищої освіти впродовж семестру застосовується 100-бальна, національна та шкала ЄКТС оцінювання

Шкала підсумкового оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	Зараховано
82 – 89	B	добре	
75 – 81	C		
68 – 74	D	задовільно	
60 – 67	E		
35 – 59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0 – 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу.

Для успішного засвоєння курсу «SMM- менеджмент» здобувач освіти має:

- регулярно відвідувати лекційні та практичні заняття;
- систематично, системно й активно працювати на лекційних і практичних заняттях;
- відпрацьовувати пропущені заняття або незадовільні оцінки, отримані на заняттях;
- виконувати у повному обсязі завдання, які вимагає підготувати викладач, належна їх якість;
- виконувати контрольні та інші самостійні роботи;
- дотримуватися норм академічної поведінки та етики.

Курс «SMM- менеджмент» передбачає засвоєння та дотримання принципів етики та академічної доброчесності, зокрема орієнтації на запобігання плагіату у будь-яких його проявах: всі роботи, доповіді, есе, реферати та презентації мають бути оригінальними та авторськими, не переобтяженими цитатами, що мають супроводжуватися посиланнями на першоджерела. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання.

Рекомендовані джерела інформації.

1. Варна М. Що таке SMM і як працює маркетинг у соціальних мережах. Гайд для початківців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-smm-i-yak-pratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatkivtsiv>
2. Share a Coke – вдалий маркетинговий хід Coca-Cola [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vikna.if.ua/cikavo/50027/view>
3. Освітній серіал «SMM-спеціаліст». Брифінг та аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-3-brifing-ta-analiz>
4. Чи потрібні мему для бізнесу? Використання мемів у рекламних кампаніях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interkassa.com/blog/chy-potribni-memy-dlia-biznesu>
5. Лебедева Є. Чек-лист SMM-стратегії: готуємось до просування в соцмережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/ru/blog/chek-list-smm-strategii-gotovimsya-k-prodvizheniyu-v-sotssetyakh/>
6. Початок роботи з Ads Manager [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

https://www.facebookblueprint.com/student/activity/213636?ref=cms_redirect#/page/61f455e7697d66740f31a6a8

7. Цапліна А. Що таке особистий бренд, як його створити та просунути [Електронний ресурс] / А.

Цапліна, Н. Сиротюк – Режим доступу: <https://sendpulse.ua/blog/personal-branding>

8. Гресь Я. Як побудувати персональний бренд: план дій від Ярослави Гресь [Електронний ресурс].

– Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/19/652732/>

9. Мануал створення сторінки від Meta [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/help/104002523024878>

10. Навчальний ресурс Instagram for business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.instagram.com/>

11. Офіційний навчальний ресурс від Meta [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.facebook.com/business/learn?wtsid=rdr_03Cv6k1ZfcyjBuRUW

12. Як бренду почати співпрацю з блогерами? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.dii.gov.ua/handbook/marketing/ak-brendu-pocati-spiivpracu-z-blogerami>

13. Як створити бізнес-акаунт в Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/business/help/502981923235522>

14. SMM: фундамент. Курси. Маркетинг - [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/smm-foundation/>