

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА

Факультет Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
WEB-маркетинг SMM

Рівень вищої освіти – перший (бакалаврський)

Освітня програма 014 «Середня освіта (за предметними спеціальностями)»

за спеціалізацією 014.021 Англійська мова і література
галузі знань 01 Освіта/Педагогіка

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від 29 серпня 2023 р.

Івано-Франківськ – 2023

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	WEB-маркетинг SMM
Викладач (-і)	Д.е.н.проф.Благун І.І.
Контактний телефон викладача	(0342)55-32-32
Е-mail викладача	ivan.i.blahun@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/bed0e52d636cb43e53c0
Консультації	Понеділок з 15-16.00 на кафедрі
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p><u>Предметом</u> вивчення навчальної дисципліни є загальнотеоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес- проектів.</p> <p><i>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Соціальний медіа маркетинг. 2. Вивчення рекламного інструментарію популярних соцмереж: Facebook, Instagram, особливості контенту, просування та реалізація SMM. 	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p><u>Метою</u> вивчення навчальної дисципліни є формування у студентів системи знань про опанування студентами соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності</p> <p><u>Основними цілями</u> вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із проведення SMM на підприємстві</p>	
4. Програмні компетентності та результати навчання	
<p><u>Компетентності</u></p> <p>ЗК.1 Громадянська компетентність: Здатність діяти відповідально і свідомо на засадах поваги до прав і свобод людини та громадянина; реалізувати свої права і обов'язки; усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку.</p> <p>ЗК.2 Соціальна компетентність: Здатність до міжособистісної взаємодії, роботи в команді, спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>ЗК.4 Лідерська компетентність: Здатність до прийняття ефективних рішень у професійній діяльності та відповідального ставлення до обов'язків, мотивування людей до досягнення спільної мети.</p> <p>ЗК.5 Підприємницька компетентність: Здатність до генерування нових ідей, виявлення та розв'язання проблем, ініціативності та підприємливості.</p> <p>ФК.3 Інформаційно-цифрова компетентність: Здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, здійснювати пошук і критично оцінювати інформацію, оперувати нею у професійній діяльності; здатність ефективно використовувати наявні та створювати (за потреби) нові електронні (цифрові) освітні ресурси; здатність використовувати цифрові технології в освітньому процесі.</p>	

ФК.13 Інноваційна компетентність:

Здатність застосовувати наукові методи пізнання в освітньому процесі;

здатність використовувати інновації у професійній діяльності;

здатність застосовувати різноманітні підходи до розв'язання проблем у педагогічній діяльності.

Уточнені компетентності:

- Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.
- Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.
- Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.
- Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання

ПРН.1 Розуміти фундаментальні принципи буття людини та природи, цінності громадянського суспільства, усвідомлювати необхідність його сталого розвитку; поважати права і свободи інших громадян, реалізуючи власні.

ПРН.4 Мати навички управління складною професійною діяльністю або проектами, проявляти ініціативу при розв'язанні складних спеціалізованих задач і практичних проблем у професійній діяльності в галузі обраної освітньої спеціалізації та нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих/навчальних контекстах.

ПРН.12 Використовувати інформаційні, комунікаційні та цифрові технології для вирішення складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання.

ПРН.19 Організувати процес свого подальшого навчання й самоосвіти із значним ступенем автономності для оволодіння сучасними знаннями.

Уточнені програмні результати:

- Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.
- Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.
- Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності

ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
 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.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	14

семінарські заняття / практичні / лабораторні	16			
самостійна робота	60			
Ознаки навчальної дисципліни				
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий	
5/6	014 Середня освіта	3	вибірковий	
Тематика навчальної дисципліни				
Тема		кількість год.		
		лекції	заняття	сам. роб.
Тема 1. Вступ до соціального медіа маркетингу		2	2	8
Тема 2. Етапи створення SMM кампанії		2	2	8
Тема 3. Соціальні мережі та цільові аудиторії		2	2	8
Тема 4. SMM в Instagram		2	4	8
Тема 5. SMM в Facebook		2	2	8
Тема 6. Огляд сервісів для роботи SMM		2	2	8
Тема 7. Оцінка ефективності SMM кампанії		2	2	12
ЗАГ.:		14	16	60
6. Система оцінювання навчальної дисципліни				
Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	Накопичування балів під час вивчення дисципліни			
	Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів		
	Лекція	7		
	Семінарське заняття	24		
	Самостійна робота	9		
	Індивідуальне завдання	10		
Залік (Проектна робота)	50			
	Максимальна кількість балів	100		
Вимоги до письмових робіт	Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента. Презентаційна робота (самостійна робота) виконується на протязі курсу і оцінюється у 9 балів. Презентаційна робота (індивідуальне завдання) виконується на протязі курсу і оцінюється у 10 балів.			
Семінарські заняття	Семінарське заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою семінарські заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за семінарськезаняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни			

Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань із семінарських занять (мінімум 25 балів).
--	--

Підсумковий контроль	<i>форму контролю (залік); форма здачі (усна, письмова, комбінована); Залік (Проектна робота) оцінюється 50 балів.</i>
----------------------	--

7. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність. Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» від 29 грудня 2015 року.

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:

- Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
- Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
- Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
- Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
- Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».
- Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності».

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.

Пропуски занять (відпрацювання). Відвідування занять є обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом.

Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019).

Виконання завдання пізніше встановленого терміну. Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю.

У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019).

Невідповідна поведінка під час заняття. Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента)

«за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти» - ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативнідокументи/polo_zhenja/.

Додаткові бали. За рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ «Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника» (введено в дію наказом

ректора №799 від 26.11.2019).

Неформальна освіта. Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019).

8. Рекомендована література

1. Tuten, Tracy L. Social media marketing. Sage, 2020.
2. Duffett, Rodney Graeme. "Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes." *Young Consumers* (2017).
3. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. К. : Вид. група КМ- БУКС, 2018. 208 с.
4. Jacobson, Jenna, Anatoliy Gruzd, and Ángel Hernández-García. "Social media marketing: Who is watching the watchers?." *Journal of Retailing and Consumer Services* 53 (2020).
5. Благун І. І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8353>
6. Буднікевич І. М., Благун І. І., Крупенна І. А., Бокучава В. Б. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів. *Бізнес Інформ*. 2020. №8. С. 266– 277.<https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-8-266-277>
7. Благун І. І., Шурпа С.Я. Місце платформи tiktok в маркетинговій діяльності на ринку України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління* 2020. №4 (27). С. 41–45.<https://doi.org/10.32782/easterneurope.27-7>
8. Saravanakumar, Murugesan, and T. SuganthaLakshmi. "Social media marketing." *Life science journal* 9.4 (2012): 4444-4451.
9. Xu, Shan, Zheng Wang, and Prabu David. "Social media multitasking (SMM) and well-being: Existing evidence and future directions." *Current Opinion in Psychology* (2022): 101345.
10. Льяхов, Максим, and Людмила Саричева. "Пиши, скорочуй." *Як створити дієвий текст*. К.: Форс Україна (2019).

Викладач

д.е.н., проф.Благун І.І.