

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ  
«ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
КАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Циклова комісія професійної та практичної підготовки  
спеціальність «Туризм і рекреація»

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**«SMM-МЕНЕДЖМЕНТ»**

**освітньо-професійний ступінь «Фаховий молодший бакалавр»**

Освітньо-професійна програма «Туризм»  
Спеціальність 242 Туризм і рекреація  
Галузь знань 24 Сфера обслуговування  
Освітня кваліфікація : Фаховий молодший бакалавр з туризму

Затверджено на засіданні циклової комісії  
професійної та практичної підготовки спеціальність  
«Туризм і рекреація»  
Протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	<b>SMM-менеджмент</b>
<b>Викладач (-і)</b>	Вінтоняк Любомир Васильович
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380997008300
<b>E-mail викладача</b>	liubomyr.vintoniak@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	очний
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кредити ЄКТС, 90 год
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="http://www.d-learn.pu.if.ua/">http://www.d-learn.pu.if.ua/</a>
<b>Консультації</b>	
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p>«SMM-менеджмент» як дисципліна вивчає сутність, цілі, функції та методи впливу на споживачів з метою просування товарів чи послуг, формування позитивного образу бренду та досягнення маркетингових цілей. Її суть полягає в комплексній інформаційно-комунікаційній діяльності, що включає планування, створення та розміщення рекламних звернень для задоволення потреб як бізнесу, так і споживачів.</p> <p>Суть дисципліни полягає в розробці та реалізації стратегій, створенні релевантного контенту, комунікації з аудиторією, запуску реклами та аналізі результатів для побудови міцних взаємин між брендом і його споживачами.</p> <p>Предмет вивчення дисципліни – управління маркетингом у соціальних мережах, що включає планування, організацію та контроль діяльності в соцмережах для досягнення бізнес цілей. Студенти вивчають методи створення контенту, запуск рекламних кампаній, роботу з аудиторією та аналіз результатів для просування бренду, продукту чи послуги.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p><i>Метою SMM-менеджменту як дисципліни є</i> формування у студентів системи теоретичних знань та практичних навичок для розробки та реалізації ефективних стратегій просування бізнесу в соціальних мережах. Це передбачає вміння ставити бізнес-цілі, створювати стратегії, генерувати контент, запускати таргетовану рекламу, взаємодіяти з аудиторією та аналізувати результат.</p> <p><i>Основні цілі</i> вивчення SMM-менеджменту полягають у формуванні комплексних знань та практичних навичок для ефективного управління маркетингом у соціальних мережах. Сюди входить розробка стратегій, створення цільового контенту (текстового та візуального), запуск таргетованої реклами, залучення та взаємодія з аудиторією, а також аналіз результатів для досягнення бізнес-цілей, таких як збільшення продажів та впізнаваності бренду</p>	
<b>4. Програмні компетентності та результати навчання</b>	

**Загальні компетентності:**

ЗК3. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

**Спеціальні компетентності:**

**СК 3.** Здатність ідентифікувати туристичний ресурсний потенціал країн, регіонів щодо стану і перспектив розвитку туризму.

**СК 4.** Здатність проводити моніторинг ринку туристичних послуг.

**СК 9.** Здатність використовувати діяльності інформаційні технології. у професійній **СК 10.**

Здатність застосовувати організаційні й технологічні процеси суб'єкта туристичної сфери. **СК 11.** Здатність реалізовувати ефективні комунікації та навички взаємодії у професійній діяльності.

**Результати навчання:**

**РН 12.** Застосовувати навички командної роботи, лідерства для налагодження комунікації у професійній діяльності.

**РН 13.** Здійснювати пошук, оброблення й аналізування інформації з різних джерел у професійній діяльності.

**РН 14.** Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг у професійній діяльності.

**РН 15.** Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для розв'язання професійних задач

**5. Організація навчання**

## Обсяг навчальної дисципліни

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
практичні заняття	20
самостійна робота	60

## Ознаки навчальної дисципліни

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативна / вибіркова
6	242 Туризм і рекреація	3	вибіркова

## Тематика навчальної дисципліни

Тема	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Тема 1. Основи SMM: роль соціальних мереж у сучасному маркетингу	2	2	6

Тема 2. Аналіз цільової аудиторії у соціальних мережах. Методи та інструменти		2	6
Тема 3. Контент-стратегія: планування, створення та публікація контенту. Типи контенту: візуальний, відео, текстовий, інтерактивний.	2	2	6
Тема 4. Brand voice і tone of voice у соціальних мережах. Алгоритми соціальних мереж: як працюють Instagram, TikTok, Facebook, YouTube		2	6
Тема 5. Інструменти аналітики: Meta Business Suite, Google Analytics, Telegram Analytics тощо	2	2	6
Тема 6. SMM у туризмі, освіті, ритейлі та малому бізнесі — приклади успішних кейсів	2	2	6
Тема 7. SMM-копірайтинг: написання ефективних постів і описів до контенту		2	6
Тема 8. Кризовий SMM: як реагувати на негатив і будувати репутацію бренду	2	2	6
Тема 9. Автоматизація SMM: планувальники, чат-боти, AI-інструменти (ChatGPT, Notion AI, Metricool).		2	6
Тема 10. Аналіз ефективності SMM кампаній: KPI, ROI, звітність і висновки		2	6
ЗАГ.:	10	20	60

**6. Система оцінювання навчальної дисципліни**

<p>Загальна система оцінювання навчальної дисципліни</p>	<p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до Порядку організації та проведення оцінювання успішності студентів університету. Система оцінювання включає поточний, модульний та семестровий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час практичних занять і передбачає усні відповіді здобувачів на теоретичні питання.          Вид контролю – залік          Максимальна кількість балів – 100.          Практичні заняття – 30 балів,          Самостійна робота / індивідуальне/творче завдання – 20 балів.          Залік – 50 балів.</p>
<p>Вимоги до письмової роботи</p>	<p>Вид роботи – доповідь, повідомлення, презентації.          Тестові завдання передбачають вибір правильного варіанта відповіді.</p>
<p>Семінарські заняття</p>	<p>Не передбачено</p>
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Виконання 90% практичних занять. При виставленні допуску до екзамену враховуються навчальні досягнення здобувачів (бали), набрані за поточні опитування під час аудиторних годин, при виконанні завдань для самостійної роботи</p>
<p>Підсумковий контроль</p>	<p>Форма контролю – залік.</p>
<p><b>7. Політика навчальної дисципліни</b></p>	

1. Академічна доброчесність. Викладання навчальної дисципліни та взаємодія із здобувачем освіти ґрунтуються на основі положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів освіти та педагогічних працівників: Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника; Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника. Ознайомитися з цими положеннями та документами можна за посиланням <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

2. Відвідування занять. Пропуски практичних занять відпрацьовуються. Здобувач освіти зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття відповідно до «Порядку організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019 р.; із внесеними змінами наказом № 309 від 19 травня 2023 р.).

Порядок та організація контролю знань здобувачів фахової передвищої освіти визначаються «Положенням про організацію освітнього процесу у Відокремленому структурному підрозділі «Івано-Франківський фаховий коледж Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника», введеного в дію наказом ректора від 13 жовтня 2023 р № 830 <https://ifk.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/8/2022/05/eb685d9c-837e-46f6-a18f-030a4ea6a7c2.pdf>

## 8. Рекомендована література

### *Основна:*

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-yakpratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatkivtsiv>
2. Воронько-Невіднича Т. В., Калюжна Ю. П., Хурдей В. Д. Реклама і рекламна діяльність: навчальний посібник для студентів вузів. Полтава: ПДАА, 2018. 228 с.
3. Голда М. Н. Реклама і рекламна діяльність : консп. лекц. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2018. 173 с.
4. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с. 5. Зубарева М. А. Особливості реклами та ПР у туризмі. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268616789.pdf>
6. Іванова Л. О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17138/1/99-Ivanova-164-165.pdf>
7. 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-kprodvizheniyu-v-sotssetyakh/>
8. 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>
9. SMM: фундамент. Курси. Маркетинг - [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/smm-foundation/>

### *Додаткова:*

10. Чи потрібні меми для бізнесу? Використання мемів у рекламних кампаніях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interkassa.com/blog/chy-potribni-memy-dlia-biznesu>
11. Мануал

створення сторінки від Meta [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<https://www.facebook.com/help/104002523024878>

12. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : ЦУЛ, 2017, 392 с. 13.

Майорова Н. І. Сучасні тенденції реклами у вітчизняному туристичному бізнесі. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. №6. Т. 4. С. 69–73. URL:

[http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_4/069-073.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_4/069-073.pdf)

14. Романкін О. В., Давидова О. Г. Особливості маркетингових комунікацій у туристичній сфері: світовий досвід. URL: [http://www.bses.in.ua/journals/2017/13-1\\_2017/7.pdf](http://www.bses.in.ua/journals/2017/13-1_2017/7.pdf)

15. Хасан Алі Аль-Абабнех. Види, значення та ефективність сучасної реклами. Молодий вчений. 2016. № 4 (31). С. 216–220.

16. «Про рекламу»: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

17. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80#Text>

18. Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/258/95-%D0%B2%D1%80#Text>

### ***Інформаційні ресурси:***

Додаткова можливість самостійного проходження навчання та отримання сертифікатів на загальнодоступних освітніх платформах:

"SMM фундамент" -

[https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SMM\\_F101+2023\\_T1](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1) "SMM спеціаліст" -

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/smm-specialist>

"Мобільний фотограф" - <https://osvita.diia.gov.ua/courses/mobile-photographer> **Викладач:**

**Любомир ВІНТОНЯК**