

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА



Факультет туризму

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

SMM-менеджмент

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Освітня програма «Туризм. Проектно-грантовий менеджмент»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Затверджено на засіданні кафедри
туризмознавства і краєзнавства
Протокол № __ від “__” _____ 2023 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	SMM-менеджмент
Викладач (-і)	Худик Наталія Іванівна, викладачка кафедри туризмознавства і краєзнавства
Контактний телефон викладача	+380938138674
E-mail викладача	Худик Наталія Іванівна – natalia.hudik@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	очний/заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ECTS, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/53aebf970af513291ea2
Консультації	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Навчальна дисципліна SMM-менеджмент (Social Media Marketing-менеджмент) спрямована на теоретичне та практичне вивчення інструментів та методів соціальних медіа, які використовуються для підтримки та розвитку туристичного бізнесу. Це зумовлено швидкими темпами розвитку і значення соціальних мереж у житті людей та туристів зокрема. Зростання ролі соціальних мереж у сфері туризму також є результатом сучасної політичної ситуації у світі та глобальними медичними обмеженнями. Саме тому, дана дисципліна орієнтована на засвоєння студентами сучасних методів розробки стратегій діяльності з просування компаній у соціальних мережах та особливостей функціонування сучасних маркетингових комунікацій в інтернеті.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Мета дисципліни – полягає в оволодінні студентами навичками та знаннями з планування, впровадження та оптимізації стратегій маркетингу в соціальних мережах на ринку туристичних послуг.</p> <p>Завдання курсу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ознайомлення з основними поняттями, категоріями та методами SMM-менеджменту; • ознайомлення з новітніми інструментами та підходами у SMM-менеджменті; • отримання практичних навичок для успішного управління соціальними медіа-стратегіями; • формування навичок до створення та оптимізації контенту, аналізу аудиторії, розвитку бренду в соціальних мережах, взаємодії зі споживачами та вимірювання результативності кампаній в інтернет-просторі. <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основні поняття, категорії, терміни SMM-менеджменту та вміти їх правильно тлумачити; • принципи та методи організації бізнесу в соціальних мережах та вивчення механізмів його просування; • переваги роботи в соціальній мережі; 	

- критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах;
- принципи побудови SMM-стратегій.

вміти:

- вміти застосовувати інструменти SMM-менеджменту для створення стратегії соціальних мереж туристичних підприємств;
- вміти застосовувати методи та техніки використання соціальних мереж для досягнення маркетингових та бізнес-цілей в сфері туризму;
- вибирати майданчики в соціальних мережах для просування туристичного бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти;
- визначати особливості поведінки цільової аудиторії;
- вміти визначати ключові показники ефективності SMM-менеджменту для туристичних підприємств та ринку туристичних послуг.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Загальні компетентності:

- ЗК02. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності та досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу та суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;
- ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- ЗК08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

Фахові компетентності:

- ФК05. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;
- ФК15. Здатність діяти у правовому полі, керуватися нормами законодавства;
- ФК16. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу;
- ФК17. Здатність проводити попереднє оцінювання доцільності проектів та забезпечувати прийняття раціональних управлінських рішень щодо пошуку джерел фінансування проектів у сфері туристичного бізнесу;
- ФК18. Здатність планувати, контролювати та оцінювати проекти у сфері туристичного бізнесу;
- ФК19. Здатність управляти проектами і людськими ресурсами у процесі їх реалізації у сфері туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання:

- ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- ПР03. Знати і розуміти основні форми і види туризму, їх поділ;
- ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна);
- ПР19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань;
- ПР20. Виявляти проблемні ситуації і пропонувати шляхи їх розв'язання;
- ПР21. Приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття		Загальна кількість годин		
лекції		12		
семінарські заняття / практичні / лабораторні		18		
самостійна робота		60		
Ознаки курсу				
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий	
4	242 «Туризм і рекреація»	2	Нормативний (цикл професійної підготовки)	
Тематика навчальної дисципліни				
Тема		кількість год.		
		лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність та поняття SMM-менеджменту.		2	2	6
Тема 2. Соціальні медіа як інструмент маркетингу в туризмі.		2	2	6
Тема 3. Види маркетингової діяльності в соціальних мережах. Цілі SMM. Стратегії SMM.		2	2	7
Тема 4. Планування та організація SMM-діяльності туристичних підприємств.		2	2	6
Тема 5. Аналіз ефективності SMM-кампаній підприємств сфери туризму.		2	2	7
Тема 6. Інновації в SMM в туризмі.		2	2	7
Тема 7. Кризовий SMM-менеджмент.		0	2	7
Тема 8. Правове регулювання у сфері SMM-менеджменту.		0	2	7
Тема 9. Етика та соціальна відповідальність в SMM.		0	2	7
ЗАГ.:		12	18	60
6. Система оцінювання навчальної дисципліни				
Загальна система оцінювання курсу	<p>Форми контролю знань студентів:</p> <ul style="list-style-type: none"> • поточний; • підсумковий семестровий (екзамен). <p>Оцінювання знань студентів здійснюється за 100-бальною шкалою, яка переводиться у відповідну національну шкалу («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») та шкалу європейської кредитно-трансферної системи (ЄКТС – А, В, С, D, E, Fx, F).</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті та за результатами виконання завдань самостійної роботи. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) під час роботи на практичних заняттях. Оцінки у національній шкалі («відмінно» – 5, «добре» – 4, «задовільно» – 3, «незадовільно» – 2), отримані студентами, виставляються у</p>			

	<p>журналах обліку відвідування та успішності академічної групи (питома вага оцінки – 40%).</p> <p>Семестрова контрольна робота дозволяє оцінити рівень сформованості відповідних компетентностей. Виконується у формі письмової роботи і включає 3 блоки завдань за тематикою курсу. Питома вага оцінки – 20%.</p> <p>Самостійна індивідуальна робота передбачає перевірку самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних знань курсу. Завдання формуються індивідуально для студента. Питома вага оцінки – 30%.</p> <p>Підсумковий семестровий контроль (екзамен) На підсумковий семестровий контроль виносяться питання, що передбачають перевірку розуміння студентами програмного матеріалу дисципліни в цілому та рівня сформованості відповідних компетентностей після опанування курсу. Підсумковий семестровий контроль оцінюється від 0 до 10 балів. Питома вага оцінки – 10%.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмова робота є формою самостійної роботи студентів і виконується у формі есе на одну із заданих тем. Студенти денної форми навчання завершують виконання і здають есе на 9-му занятті практичного курсу. Питома вага оцінки – 20%.</p> <p>Студенти заочної форми – за 10 днів до початку сесії. Робота виконується у електронному вигляді.</p>
Практичні заняття	Поточні оцінки, які отримуються під час практичних занять, сумуються.
Умови допуску до підсумкового контролю	Студентам, які мають пропуски, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіку ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.
7. Політика навчальної дисципліни	
Академічна доброчесність	Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (https://pnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Нова-редакція-Положення-про-запобігання-академічному-плагіату.pdf).
Відвідування занять	Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.
Неформальна освіта	<p>Зараховуються як підсумковий контроль, результати онлайн курсів на платформах Coursera, Prometheus, які відповідають програмі навчальної дисципліни.</p> <p>Рекомендовані:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «SMM: фундамент» (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1) • «SMM і таргет» (https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/smm-and-target/)

	<ul style="list-style-type: none"> • «Цифровий маркетинг» (https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about) • «Основи проєктного менеджменту» (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+BASICPM101+2022_T1) • «Копірайтинг з нуля» (https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/copywrite-litosvita/)
8. Рекомендована література	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Бойко, В. О., Осадчий, А. А., Бойко, Л. О. Соціальні мережі - перспективний напрям просування бізнесу у підприємницькій діяльності. <i>Вісник Херсонського національного технічного університету</i>. 2021. № 2. С. 178–185. 2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. Київ: ДУТ. 2019. 351 с. 3. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Маркетингові інновації в індустрії гостинності України. <i>Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі</i>. 2022. № 5. С. 36–44 URL:http://journals-lute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1121/1058 (дата звернення: 21.01.2024 р.). 4. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Розвиток реклами в мережі інтернет для просування послуг в сфері екотуризму. <i>Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі</i>. 2022. № 6. С. 5-11 URL:https://cutt.ly/0wKyAoQY (дата звернення: 21.01.2024 р.). 5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом. Навчальний посібник. Київ: Інтерсервіс. 2019. 368 с. 6. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради. URL:https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analytyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html (дата звернення: 21.01.2024 р.). 7. Передало Х. С. Соціальні мережі як інструмент формування ділової репутації підприємства. <i>Науковий вісник Ужгородського університету</i>. Серія : Економіка. 2018. № 1. С. 250-256. URL:http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/130238 (дата звернення: 21.01.2024 р.). 8. Сташен Б. Мобільна журналістика. Практичний посібник. Київ: Центр вільної преси. 2021. 260 с. 9. Фірсова С.Г., Слущька А.П. Маркетинг в соціальних медіа як технологія політичного брендингу. <i>Ефективна економіка</i>. 2021. №2. URL:http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/91.pdf (дата звернення: 21.01.2024 р.). 10. Щербаков С. Таргетована реклама в соціальних мережах. Просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram. Київ: Фоліо. 2018. 256 с. 	

Худик Н.І., викладачка кафедри туризмознавства і краєзнавства