

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»**

Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**WEB-маркетинг SMM**

Затверджено на засіданні кафедри  
Протокол № 1 від 27 серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ – 2020 р.

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

| <b>1. Загальна інформація</b>  |   |
|--|---|
| <b>Назва дисципліни</b>  | WEB-маркетинг SMM   |
| <b>Рівень вищої освіти</b>   | Перший (бакалаврський) рівень   |
| <b>Викладач (-і)</b>   | Благун Іван Іванович, к.е.н., доц. менеджменту і маркетингу   |
| <b>Контактний телефон викладача</b>  | +380996312526   |
| <b>Е-mail викладача</b>  | ivan.i.blahun@pnu.edu.ua  |
| <b>Формат дисципліни</b>   | Очний, заочний  |
| <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>  | Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді/сайті кафедри |
| <b>2. Анотація до курсу</b>  |   |
| <p>Предметом вивчення навчальної дисципліни є загальнотеоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових блоків:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соціальний медіа маркетинг.</li> <li>2. Вивчення рекламного інструментарію популярних соцмереж: facebook, instagram, особливості контенту, просування та реалізація SMM</li> </ol>   |   |
| <b>3. Мета та цілі курсу</b>   |   |
| <p>Метою дисципліни є формування у студентів системи знань про опанування студентами соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.</p> <p>Основними цілями вивчення дисципліни є теоретична й практична підготовка студентів щодо організації робіт із проведення SMM на підприємстві.</p>   |   |
| <b>4. Компетентності та результати навчання</b>  |   |
| <b>Програмні компетентності</b>  |   |
| <p><b>ЗК.</b> Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p> <p><b>ЗК1.</b> Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p><b>ЗК3.</b> Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p><b>ЗК4.</b> Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p><b>ЗК6.</b> Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p><b>ЗК7.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p><b>ЗК8.</b> Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p><b>ЗК9.</b> Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p><b>ЗК13.</b> Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p><b>ЗК14.</b> Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><b>СК 3.</b> Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p><b>СК 5.</b> Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p><b>СК 9.</b> Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p><b>СК 10.</b> Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p><b>СК 11.</b> Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p><b>СК 12.</b> Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> |   |

**СК 13.**Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

**СК 14.**Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

#### **Програмні результати навчання**

**ПРН 2.**Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

**ПРН 5.** Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

**ПРН 7.**Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

**ПРН 8.**Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

**ПРН 15.**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 навчального курсу**

#### **Обсяг курсу**

| Вид заняття                                   | Загальна кількість годин |
|---|--------------------------|
| лекції  | 16                       |
| семінарські заняття / практичні / лабораторні | 14                       |
| самостійна робота                             | 60                       |

#### **Ознаки курсу**

| Семестр | Спеціальність | Курс<br>(рік навчання) | Нормативний /<br>вибірковий |
|---------|---------------|------------------------|-----------------------------|
|         |               |                        | Вибірковий                  |

#### **Тематика курсу**

| Тема, план                                    | Форма заняття               | Література | Завдання, год   | Термін виконання                   |
|---|-----------------------------|------------|---|------------------------------------|
| Тема 1. Вступ до соціального медіа маркетингу | Лекція, семінарське заняття | [5-7,11]   | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 2. Етапи створення SMM кампанії          | Лекція, семінарське заняття | [1-4,8]    | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 3. Соціальні мережі та цільові аудиторії | Лекція, семінарське заняття | [3-6,10]   | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |

|   |  |          |   |                                    |
|---|--|----------|---|------------------------------------|
|   |  |          |   |                                    |
| Тема 4. Формування персонального бренду в соціальних мережах        | Лекція, семінарське заняття  | [2-6,12] | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 5. SMM в Instagram   | Лекція, семінарське заняття  | [2-6,11] | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 6. SMM в Facebook  | Лекція, семінарське заняття  | [1-4,10] | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 7. Оцінка ефективності SMM кампанії                            | Лекція, семінарське заняття  | [3-4,12] | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| Тема 8. Огляд сервісів для створення зображень у соціальних мережах | Лекція, семінарське заняття  | [2-8,12] | Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до семінарського заняття | До наступного заняття за розкладом |
| <b>6. Система оцінювання курсу</b>                                  |  |          |   |                                    |
| Загальна система оцінювання курсу                                   | 100 бальна (100 балів протягом семестру)<br>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;<br>“добре” – студент демонструє повні знання навчального |          |   |                                    |

|   |   |   |                                    |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
|---|---|---|------------------------------------|--|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|----------|----------|--|----|----|----|--|--|--|------------|
|   | <p>матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв'язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв'язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв'язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв'язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами</p> |   |                                    |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
|   | <table border="1"> <tr> <td colspan="3">Поточне тестування та самостійна робота</td> <td rowspan="4">Сума балів з навчальної дисципліни</td> </tr> <tr> <td><b>Поточний контроль</b></td> <td><b>Самостійна робота</b></td> <td><b>Індивідуальне завдання</b></td> </tr> <tr> <td>Теми 1-8</td> <td>Теми 1-8</td> <td></td> </tr> <tr> <td>80</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td colspan="3"></td> <td><b>100</b></td> </tr> </table>  | Поточне тестування та самостійна робота |                                    |  | Сума балів з навчальної дисципліни | <b>Поточний контроль</b> | <b>Самостійна робота</b> | <b>Індивідуальне завдання</b> | Теми 1-8 | Теми 1-8 |  | 80 | 10 | 10 |  |  |  | <b>100</b> |
| Поточне тестування та самостійна робота |   |   | Сума балів з навчальної дисципліни |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
| <b>Поточний контроль</b>                | <b>Самостійна робота</b>  | <b>Індивідуальне завдання</b>           |                                    |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
| Теми 1-8                                | Теми 1-8  |   |                                    |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
| 80                                      | 10  | 10                                      |                                    |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |
|   |   |   | <b>100</b>                         |  |                                    |                          |                          |                               |          |          |  |    |    |    |  |  |  |            |

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Вимоги до письмової роботи | Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента. |
|----------------------------|---|

|                     |   |
|---------------------|---|
| 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 практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів.<br>Неформальна освіта може бути зарахована в розрізі однієї з тем (або декількох тем). Врахування неформальної освіти відбувається в разі відповідності назви диплома чи сертифікати про неформальну освіту з назвою теми дисципліни (або тем дисципліни). |
|---------------------|---|

|  |   |
|--|---|
| Умови допуску до підсумкового контролю | Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за три змістові блоки:<br>Поточний контроль (1-30 балів).<br>Самостійна робота (1-10 балів).<br>Індивідуальне завдання (1-10 балів). |
|--|---|

### **7. Політика курсу**

1. Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).
2. Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання розрахункових робіт, проходження тестування в дистанційній формі навчання, виконання індивідуальних творчих завдань.
3. Опрацювання і підготовка до дискусій з приводу матеріалу, викладеного в хрестоматіях для самостійної роботи.
4. Посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей.

5. Надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри.

Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій. Поточні незадовільні оцінки, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.

Наголошується дотримання принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається Положенням про запобігання та виявлення плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>.

Відвідання занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за умови індивідуального графіку роботи студента. Відпрацювання пропущених занять здійснюється згідно графіку консультацій викладача.

## 8. Рекомендована література

### Основна

1. Литовченко, І. Л. Інтернет-маркетинг: навч. посібник / Ірина Львівна Литовченко, В. П. Пилипчук. – К. : ЦУЛ, 2008. – 184 с.
2. Tuten, Tracy L. Social media marketing. Sage, 2020.
3. Duffett, Rodney Graeme. "Influence of social media marketing communications on young consumers' attitudes." Young Consumers (2017).
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова діяльність на підприємстві / С.М. Ілляшенко // Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. – Суми : Університетська книга, 2012.
5. Котлер Филип, Армстронг Гари. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2. европ. изд. – М.; СПб.; К. : Издательский дом "Вильямс", 2016. – 943с.
6. Котлер Ф., Катарджая Г, Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. пер. з англ. К. Куницької та О. Замасєвої. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.

### Допоміжна

7. Jacobson, Jenna, Anatoliy Gruzd, and Ángel Hernández-García. "Social media marketing: Who is watching the watchers?." Journal of Retailing and Consumer Services 53 (2020).
8. 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>
9. 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>
10. 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>
11. Saravanakumar, Murugesan, and T. SuganthaLakshmi. "Social media marketing." Life science journal 9.4 (2012): 4444-4451.
12. Как спланировать стратегию social media-продвижения для небольших e-commerce проектов. - <http://www.cossa.ru/149/91289/> Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. - <http://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-vsotsialnykh-setyakh.html>

13. Definition of Marketing [Електронний ресурс] : сайт Американської асоціації маркетингу – Режим доступу : <http://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
14. Бізнес в Instagram: От регистрации до первых денег/Артем А. Сенаторов. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблицер, 2017. – 156 с.
15. Iankova, Severina, et al. "A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business models." *Industrial Marketing Management* 81 (2019): 169-179.

**Викладач**

**Благун І.І.**