



Силабус навчальної дисципліни
«SMM: від стратегії до таргетованої реклами»

Спеціальність	Всі спеціальності
Освітня програма	Всі освітні програми
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	1 рік навчання 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 0 год. Лабораторні – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма семестрового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра управління соціальними комунікаціями, м. Харків пр. Науки 9А корпус 1 ауд.201, 202 телефон +38 (057) 702-11-86, сайт кафедри http://www.kafusk2.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Лекції: Ларіна Катерина Володимирівна, к.е.н., доцент Лабораторні заняття: Ларіна Катерина Володимирівна, к.е.н., доцент Афанасьєва Олена Миколаївна, старший викладач Глушич Валентина Володимирівна, к.пед.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	Телефони викладачів: +380679344690 Ларіна К.В. +380962140272 Афанасьєва О.М. +380976783992 Глушич В.В.
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі управління соціальними комунікаціями, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

Мета навчальної дисципліни: формування системи теоретичних знань та практичних навичок щодо розробки маркетингової стратегії просування бізнесу в соціальних мережах, реалізації комплексного плану просування, оволодіння інструментами налаштувань ефективних рекламних кампаній в Facebook та Instagram за допомогою Facebook Business Suite та Ads Manager

Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:

Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-

Зміст навчальної дисципліни

- Тема 1. Сутність SMM, принципи та сучасні стратегії просування в соціальних мережах.
- Тема 2. Етапи формування та складові маркетингової стратегії просування бізнесу в соціальних мережах: Instagram, Facebook.
- Тема 3. Алгоритми та стратегії просування компаній/брендів/особистостей в Instagram, Facebook.
- Тема 4. Організація роботи SMM менеджера.



Змістовий модуль 2. Алгоритми налаштування та стратегії таргетованих рекламних кампаній в Ads Manager

Тема 5. Інструментарій та функціонал Facebook Business Suite для бізнесу.

Тема 6. Алгоритм налаштувань рекламних кампаній в Ads Manager: рівні, цілі, аудиторія, плейсменти, рекламні креативи, формати оголошень.

Тема 7. Налаштування рекламних кампаній з метою лідогенерації.

Тема 8. Ретаргетинг, оцінка ефективності рекламних кампаній.

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM

Форми та методи оцінювання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; поточні контрольні роботи; презентації за темами та написання есе.

Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Дотримання чесної академічної поведінки у навчанні, уникнення будь-яких проявів академічної недоброчесності; якісна підготовка до навчальних занять; самостійне виконання поточних навчальних завдань, завдань поточного контролю; самостійне виконання завдань підсумкового контролю результатів навчання; дотримання законодавства про авторське право та суміжні права.

Здобувачі вищої освіти відповідальні за свою академічну поведінку, мають давати моральну оцінку власним вчинкам. Викладач має створити умови до формування середовища партнерства та академічної чесності. Викладач несе відповідальність за оцінювання унікальності тексту есе, письмових робіт та за процес прозорого, відкритого, чесного оцінювання результатів навчання загалом.

Відсутність без поважних причин вважається прогулом. Відсутність через поважні причини має бути підтверджена – надання документу, що підтверджує причину пропуску занять.

За умови виконання завдань, передбачених робочим планом, пізніше встановленого терміну завдання оцінюється за шкалою відповідно до дати надання виконаних завдань.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни