

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p style="text-align: center;"><b>Силабус</b><br/><b>навчальної дисципліни</b><br/><b>«Професійні комунікації в соціальних мережах»</b></p> <p><b>Ступінь вищої освіти</b> – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти<br/> <b>Рік навчання:</b> 3, <b>семестр:</b> 6<br/> <b>Кількість кредитів:</b> 5(150 год.)<br/> <b>Мова викладання:</b> українська<br/> <b>Підсумковий контроль</b> – диференційований залік<br/> <b>Форма проведення занять</b> – лекції, семінарські заняття, індивідуально-консультаційна, самостійна робота</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                           |  |
|-----------------------------------------------------------|--|
| Назва курсу «Професійні комунікації в соціальних мережах» |  |
| Електронна версія курсу                                   |  |

**1. Коротка анотація курсу.** Курс спрямований на вивчення стратегій управління соціальними медіа та формування у здобувачів практичних навичок аналізу тенденцій, способів взаємодії з аудиторією, розробки і поширення креативного контенту на платформах соціальних мереж для досягнення маркетингових цілей.

Головними завданнями навчальної дисципліни є сформувати розуміння функціональних особливостей соціальних мереж, сформувати навички: розробки ефективних стратегій просування на основі аналізу трендів та метрик соціальних медіа; управління контентом, що привертає увагу аудиторії; оптимізації способів залучення та взаємодії з аудиторією на платформах соціальних мереж; вимірювання ефективності стратегій SMM через аналіз ключових показників успіху.

#### **1. Схема дисципліни.**

| № з/п   | Тема                                                                |
|---------|---------------------------------------------------------------------|
| Тема 1. | Основи social media marketing (SMM).                                |
| Тема 2. | Стратегічне планування SMM.                                         |
| Тема 3. | Розробка та оптимізація різних типів контенту для соціальних мереж. |
| Тема 4. | Управління репутацією в соціальних мережах.                         |
| Тема 5. | Засоби аналізу та метрики SMM.                                      |
| Тема 6. | Оптимізація та взаємодія різних соціальних мереж.                   |
| Тема 7. | . Реклама та просування в SMM.                                      |

## **2. Формат курсу – очний, змішаний**

### **3. Компетентності, які мають бути сформовані в результаті опанування навчальної дисципліни:**

- здатність на основі інформаційних технологій застосовувати наукові методики збирання, оброблення та інтерпретації даних;
- здатність здобувати нові знання для виконання завдань у нестандартних ситуаціях;
- здатність розробляти проекти та управляти ними;
- здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності та/або дослідницькій роботі;
- здатність виконувати складні професійні завдання й вирішувати складні професійні та/або дослідницькі проблеми на основі постійного оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог;
- здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

### **3. Результати навчання:**

- Аналізувати еволюцію соціальних мереж від початкових до сучасних платформ та їх вплив на комунікацію.
- Визначати ключові аспекти використання соціальних медіа в маркетингових комунікаціях, їх можливості для підвищення ефективності бізнесу.
- Ставити SMART-цілі: формулювати конкретні, вимірювані, досяжні, реалістичні та часові цілі для маркетингових стратегій у соціальних медіа.
- Визначати та розуміти цільову аудиторію, враховуючи її потреби, інтереси та поведінку у соціальних мережах.
- Використовувати основні принципи формування стратегій SMM для ефективної комунікації з аудиторією та досягнення поставлених цілей.
- Створювати різноманітний контент: від текстових постів до візуального матеріалу та відео.
- Оптимізувати контент для платформ соціальних медіа для максимізації впливу та ефективності розміщення.
- Застосовувати закони ефективної комунікації та взаємодії з аудиторією у соціальних мережах, включаючи вміння створювати діалоги та реагувати на запитання та коментарі.
- Керувати репутацією: виявляти, аналізувати та реагувати на різні типи відгуків та ситуацій, що впливають на репутацію бренду чи організації.
- Використовувати принципи управління репутацією та взаємодії з аудиторією під час кризових ситуацій у соціальних мережах.
- Ідентифікувати та розуміти основні метрики ефективності в SMM.
- Використовувати різноманітні інструменти та програми для збору, аналізу та вимірювання даних в соціальних мережах.
- Визначати різні формати реклами в соціальних мережах.
- Створювати та налаштовувати платні кампанії в соцмережах з врахуванням їхньої специфіки.
- Вимірювати та аналізувати результати рекламних кампаній для підвищення їхньої ефективності.

### **4. Обсяг курсу**

| <b>Вид заняття</b>                  | <b>Загальна кількість годин (денна/заочна)</b> |
|-------------------------------------|------------------------------------------------|
| Лекції                              | 16                                             |
| Практичні заняття                   | 34                                             |
| Індивідуально-консультаційна робота | 3                                              |
| Самостійна робота                   | 97                                             |

**Технічне й програмне забезпечення/обладнання – мультимедійне забезпечення.**

## Неформальна освіта: передбачено

**6. Політика курсу** визначається Кодексом академічної доброчесності <https://surl.li/dnbfi>, Положенням про академічну доброчесність <http://surl.li/dnbfn>, Положенням про вирішення конфліктних ситуацій <http://surl.li/dstqu> та Положенням про комісію з питань етики та академічної доброчесності ДПУ <http://surl.li/dstqz>.

*Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти передбачає:* самостійне виконання завдань, поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, екзамен, залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з Університету; позбавлення академічної стипендії; відрахування з Університету.

**Політика щодо дедлайнів та перескладання:** завдання, які виконуються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – у межах 30% від звичайної оцінки. Перескладання модулів відбувається із дозволу дирекції факультету соціально-гуманітарних технологій та менеджменту за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

**Політика щодо відвідування:** відвідування занять є обов'язковим.

## 7. Рекомендована література

### Основна:

1. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», 2020. № 17. С. 280–290.

2. Кнорр І. Посібник з цифрової трансформації бізнесу. Миколаїв : Центр інформаційної підтримки бізнесу, 2020. 28 с. URL : <https://bc.biz.mk.ua/wp-content/uploads/2021/04/Going-DIGITAL-TsIPB-m.-Mykolaiv-2021.pdf>

3. Работа Ю., Плаксін О. SMM для профспілкових організацій. Київ : Фонд ім. Фрідріха Еберта (ФФЕ), 2021. 80 с.

4. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ, 2020. URL : <https://www.euam-ukraine.eu/wpcontent/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-CompendiumUKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>

5. Томас М. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа / пер. з англ. Я. Машико. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 304 с. URL : <https://skadi.linkbeat.net/img/429872.pdf>

6. Швидка SMM-допомога: як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів : навч. посіб. / Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.

7. Яковенко Я., Білик М., Сербін Р., Чумакова А. Цифрова трансформація і нові бізнес-моделі. Дерава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2022. № 3 (126). С. 104–109.

### Допоміжна:

1. Амеліна С., Кубіцький С. Корпоративна культура у системі управління

персоналом. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки», 2020. №7. С. 36–44. URL : <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15960332535515.pdf>

2. Величко Н. Ідеї, які завжди працюють: комунікуємо у соціальних мережах. Європейський простір, 2019. URL : <https://euprostir.org.ua/practices/140780>

3. Інтернет-журналістика: комунікативні маркери : навчально-методичний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 183 с.

4. Кудіна А. Дієві інструменти просування fashion-брендів через соціальну мережу Instagram. Маркетинг і цифрові технології, 2020. Т. 4. № 2. С. 61–71.

5. Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти. Харків : Vivat, 2022. 336 с.

6. Піжук О. І. Цифровізація як зміна парадигми розвитку економічних систем. Науковий вісник Ужгородського університету, 2018. № 2. С. 84–91.

7. Семенюк С., Фалович В. Сучасні тенденції використання маркетингу в діяльності підприємств. Маркетинг і цифрові технології, 2020. Т. 4. № 1. С. 61–72.

8. Сташен Б. Мобільна журналістика: практичний посібник / Сташен Б. ; пер. з нім. В. Климченка / за загал. ред. В. Іванова. Київ : Центр вільної преси, 2021. 260 с.

9. 23 поради для просування соціальних тем від експертів з комунікацій. The Village, 2019. URL : <https://www.thevillage.com.ua/village/city/promo/284035-shkala>.

10. Бібліотека КНУБА. URL : <http://library.knuba.edu.ua/>

11. Наукова бібліотека Дніпровського національного університету ім. Олеся Гончара. URL : <http://library.dsu.dp.ua/eticet.html>

12. Наукова бібліотека ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка. URL : <http://lib-gw.univ.kiev.ua/>

13. Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

14. Національна парламентська бібліотека України. URL: <http://www.nplu.kiev.ua/>

15. Міністерство освіти і науки України. URL : <http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/>

16. Офіційний сайт наукової діяльності Національної академії ім. Я. Мудрого. URL : <http://nulau.org.ua/index.php?r=biblio>

17. Харківська державна наукова бібліотека. URL : <http://korolenko.kharkov.com/>

#### **Міжнародні видання:**

1. Atherton J. Social Media Strategy: A Practical Guide to Social Media Marketing and Customer Engagement. Kogan Page, 2023. 296 p.

2. Baker K. Social Media Marketing: The Ultimate Guide. HubSpot, 2023. URL : <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing>

3. Bucknell J. 9 Proven TikTok Marketing Strategies to Skyrocket Conversions. WordStream, 2023. URL : <https://www.wordstream.com/blog/ws/2023/08/23/tiktok-marketing>

4. Harry Bouwman, Shahrokh Nikou, Francisco J. MolinaCastillo, Mark de Reuver. The impact of digitalization on business models. Digital Policy, Regulation and Governance, 2018. Vol. 20. № 2. P. 105–124.

5. Hayes A. Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons. Investopedia. 2023. URL : <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp>

6. Kats R. User-generated visual content can influence purchases. eMarketer company, 2021. URL : <https://www.insiderintelligence.com/content/user-generated-visual-content-influence-purchases>

7. Lawson C. Intro to social media. Stillwater, OK : Oklahoma State University Libraries, 2022. 116 p.

8. Reese I. Social Media Marketing: A Guide to Creating, Promoting, and Maintaining a Viral Social Media Initiative, 2023. 227 p.

9. Social Media Marketing for Businesses. WordStream. URL :

<https://www.wordstream.com/social-media-marketing>

10. Social media marketing: What it is and how to build your strategy. Sprout Social, 2023.

URL : <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>

11. Tuten Tracy L. Social Media Marketing. SAGE Publications Ltd, 2023. 464 p.