




СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (SMM)»



Спеціальність: 075 « Маркетинг »

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни*	Навчальна дисципліна вибіркового компонента фахового переліку
Семестр	Осінній семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/загальна кількість годин	3 кредити/90 годин
Мова викладання (українська, англійська)	українська
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок управління продуктами та послугами в соціальних мережах, знанні особливостей організації профілю в соціальних мережах, у вмінні створювати контент плани, писати пости, проводити акції для збільшення охоплення та збільшення аудиторії профілю, вмінні налаштовувати таргетовану рекламу, та проводити аналітику стосовно її ефективності.
Чому це цікаво/потрібно вивчати (мета)	Підготовка фахівців з електронного маркетингу, які володіють комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь та навичок ефективного управління профілем в соціальних мережах, вибору засобів комунікацій, використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій для ведення збутової діяльності, інструментів маркетингових досліджень з метою підвищення ефективності діяльності в соціальних мережах.
Чому можна навчитися (результати навчання)	<ul style="list-style-type: none"> - Визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування комп'ютерних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи. - Визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. - Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. - Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. - Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

	<p>- Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>- Визначати профіль інтернет-користувачів з точки зору проведення маркетингових досліджень та застосовувати онлайн методи та інструменти для аналізу кон'юнктури ринку, використовувати різні способи збору первинної і вторинної інформації в Інтернеті для проведення маркетингових досліджень</p> <p>Вміти проводити аналіз відвідуваності сайту для отримання інформації про статистику, тенденції, а також абсолютні і відносні показники, а також визначати портрет відвідувачів за даними перегляду веб-сайтів і застосовувати інструменти веб-аналітики для прийняття маркетингових рішень</p>
<p>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</p>	<p>Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.</p>
<p>Навчальна логістика</p>	<p>Зміст дисципліни: Основні поняття соціальна мережа. Види соціальних мереж. Методології ведення діяльності в соціальних мережах. Інструменти та сервіси для ведення маркетингової діяльності в соціальних мережах. Аналітика маркетингової діяльності в соціальних мережах. Розробка управлінських рішень щодо маркетингової діяльності в соціальних мережах. Оцінка ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>Види занять: лекції, практичні</p> <p>Методи навчання: навчальна дискусія, онлайн</p> <p>Форми навчання: очна, дистанційна</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Знання з філософії, маркетингу, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти</p>
<p>Пореквізити</p>	<p>Знання з дисципліни можуть бути використані під час вивчення наступних дисциплін з спеціальності електронний маркетинг та написання магістерської роботи</p>
<p>Інформаційне забезпечення з фонду та репозитарію НТБ НАУ</p>	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетингові дослідження та аналіз інформації: практикум для студентів напряму підготовки 0302 "Міжнародні відносини"/ МОН МС України, Національний авіаційний університет ; Набок І.І., уклад. – Київ: НАУ, 2012. – 28 с.– Електронна мультимедійна бібліотека. 2. Маркетингові дослідження: конспект лекцій/ МОН України, Національний авіаційний університет ; Загоруйко В. М., Коваленко О. В., Скиданенко Н. В., уклад. – Київ: НАУ, 2015. – 76 с.– Електронна мультимедійна бібліотека 3. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с. <p>Репозитарій НАУ: Посилання на вкладені в репозитарій авторські конспекти лекцій, методичні рекомендації, які пройшли процедуру затвердження на ВР факультету або на ВР Університету, а також</p>

	наукові статті, дисертація, тощо
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторія теоретичного навчання, науково-навчальна лабораторія, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування
Кафедра	Маркетингу
Факультет	Економіки та бізнес-адміністрування
Викладач(і)	<p>БОРИСЕНКО ОЛЕНА СЕРГІЇВНА</p>  <p>Посада: доцент Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Профайл викладача: http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/170-borisenko-olena-sergijivna Тел.: +380(44) 406-77-43 E-mail: <i>olena.borysenko@npp.nau.edu.ua</i> Робоче місце: 2.203а</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс, викладання українською мовою
Лінк на дисципліну	