

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (SMM)
(назва навчальної дисципліни)



Ступінь вищої освіти: бакалавр
Спеціальність: 075 Маркетинг
Освітньо-професійна програма: Маркетинг
Викладач: Значек Рафаела Рафаєлівна, к.т.н., доцент, доцент кафедри
Кафедра: Маркетингу, підприємництва і торгівлі
Профайл викладача: **Контактна інформація:**
тел.: 0963588350
e-mail: rafaehlab88@gmail.com

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – *вибіркова*

Мова викладання – *українська*

Навчальна дисципліна викладається на другому курсі у першому семестрі: курс 2 - семестр 1 денної та заочної форми навчання

Кількість кредитів – 3, годин – 90.

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	34	18	-	16
заочна	16	8	-	8
Самостійна робота, годин	Денна – 56		Заочна – 74	

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Маркетинг у соціальних мережах або SMM (англ. social media marketing) – комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань. Соціальні медіа в сучасних інформаційних умовах є найбільш органічним засобом комунікації, що динамічно розвивається та відіграє в нашому житті все більш значну роль. Вони створюють нові соціальні практики, розширюють можливості для реклами та зв'язків з громадськістю з метою охопту цільової аудиторії й досягнення рекламних та PR-цілей, надають нові можливості для позиціонування, просування та популяризації людей та ідей, відкривають простір для використання креативних технологій. Використання потенціалу соціальних медіа – невід'ємна складова соціального медіа маркетингу.

Мета Маркетингу у соціальних мережах (SMM) полягає у постійної комунікації з потенційними клієнтами; формуванні бази даних клієнтів із соціальних мереж; підвищенні ефективності трафіку та конверсії; покращенні популярності бренду; підтримки рейтингу компанії, бренду; збільшенню продажів.

Основним завданням вивчення дисципліни є надання студентам знань про особливості різних соціальних мереж та розробка проекту просування продукту в цих мережах; розуміння параметрів, що чинять вплив на просування продукту у соціальних мережах; вивчення особливостей поведінки користувачів соціальних медіа.

3. Мета навчальної дисципліни

Мета дисципліни – формування системи теоретичних знань щодо основних напрямів розвитку та способів застосування маркетингу соціальних мереж, як одного з ефективних та додаткових інструментів просування бізнесу, а саме механізмів підтримки та застосування підприємницької діяльності в Інтернет-середовищі.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та вимоги

Види контролю: поточний, підсумковий – диф. залік.

[Нарахування балів](#)

[Інформаційні ресурси](#)

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), [«Кодекс академічної доброчесності Одеського технологічного університету»](#) та [«Положення про організацію освітнього процесу»](#).

Викладач

/ПІДПИСАНО/

Рафаела ЗНАЧЕК

Завідувач кафедри

/ПІДПИСАНО/

Володимир ЛАГОДІЄНКО