

Назва дисципліни	1-ф06-20 SMM & Targeting
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	Для спеціальностей усіх галузей знань
Кафедра	міжнародної економіки і світових фінансів
П.І.П. НПП (за можливості)	Огданська Ольга Дмитрівна
Рівень ВО	Перший (бакалаврський) рівень
КУРС, семестр (в якому буде викладатись)	-
Мова викладання	Українська
Пререквізити <sup>4</sup> (передумови вивчення дисципліни)	Не передбачено
Чому це цікаво/треба вивчати	Вивчення SMM допомагає розуміти, як працюють соціальні мережі, та як їх можна використовувати для реклами, просування та зв'язку з аудиторією, також включає в себе створення цікавого та взаємодійного контенту, що може бути цікавим для тих, хто любить розвивати свою творчість та експериментувати з різними форматами. SMM поєднує креативність у створенні контенту з аналітичними навичками для вимірювання та оптимізації результатів. SMM став невід'ємною частиною маркетингових стратегій будь-якого бізнесу чи організації.
Перелік тем з дисципліни	Тема 1. Основи SMM: еволюція, значення та роль у сучасному маркетингу. Тема 2. Аналіз цільової аудиторії та розробка портрета клієнта для SMM. Тема 3. Розробка ефективної SMM-стратегії: цілі, KPI та планування. Тема 4. Контент-маркетинг для соціальних мереж: створення залучаючого контенту. Тема 5. Органічне просування в соціальних мережах: стратегії залучення аудиторії. Тема 6. Основи таргетингу в соціальних мережах: принципи та інструменти Тема 7. Практичне налаштування таргетованих рекламних кампаній Тема 8. Аналітика ефективності SMM та таргетингу: ключові метрики та інструменти. Тема 9. Антикризовий SMM: управління репутацією та реагування на негатив. Тема 10. Тренди та майбутнє SMM: нові платформи, технології та підходи
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Ефективно просувати свої товари чи послуги через соціальні медіа, створювати стратегію маркетингу, планувати та виконувати рекламні кампанії, залучати нових клієнтів та підтримувати відносини з існуючими.
Очікувані результати навчання	Студенти отримують: Знання ключових понять, принципів та еволюції соціальних медіа як маркетингового інструменту. озуміння особливостей, аудиторії, функціоналу та можливостей просування на популярних платформах (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, YouTube тощо). Розуміння різних методів та інструментів націлювання на цільову аудиторію в соціальних мережах (демографічні, географічні, поведінкові, інтереси тощо). Розуміння принципів створення, адаптації та поширення контенту, що залучає та утримує аудиторію. Розуміння ключових показників ефективності SMM-кампаній (охоплення, залучення, конверсії, ROI тощо) та інструментів їх відстеження. Розуміння норм регулювання реклами в соціальних мережах, питань конфіденційності та етичної поведінки. Розуміння принципів побудови та підтримки активних онлайн-спільнот. Розуміння стратегій реагування на негативні відгуки та кризові ситуації в соціальних мережах. Обізнаність з новими тенденціями, технологіями та інструментами в сфері соціальних медіа. Розуміння ролі SMM у загальній маркетинговій стратегії. Уміння: Здатність аналізувати та сегментувати аудиторію для ефективного таргетингу. Здатність формулювати цілі, визначати ключові показники ефективності (KPIs) та розробляти плани дій для досягнення маркетингових цілей у соціальних мережах. Вміння розробляти візуальний, текстовий та мультимедійний контент, що відповідає особливостям кожної платформи та

	<p>інтересам аудиторії. Вміння використовувати рекламні інструменти соціальних мереж для точного націлювання на обрані сегменти аудиторії. Здатність відстежувати, аналізувати та інтерпретувати дані для оцінки ефективності SMM-кампаній та їхньої оптимізації. Вміння налагоджувати комунікацію, відповідати на запитання та коментарі, стимулювати дискусії та підтримувати позитивну атмосферу в онлайн-спільнотах. Вміння використовувати сервіси для планування публікацій, моніторингу згадок та аналітики. Здатність ефективно розподіляти ресурси та оцінювати рентабельність інвестицій у SMM. Вміння оперативно та ефективно реагувати на негативні ситуації в соціальних мережах. Здатність до самостійного навчання та адаптації до змін у сфері соціальних медіа.</p> <p>Студенти навички: Ефективне письмове та усне спілкування в онлайн-середовищі. Здатність генерувати оригінальні та цікаві ідеї для контенту та кампаній. Здатність аналізувати дані, робити висновки та приймати обґрунтовані рішення на основі отриманої інформації. Практичне володіння функціоналом основних соціальних мереж та інструментами для управління SMM. Здатність ефективно планувати та виконувати завдання в умовах багатозадачності. Здатність оперативно реагувати на виникаючі проблеми та знаходити ефективні рішення. Здатність співпрацювати з іншими членами маркетингової команди. Розуміння основ візуальної комунікації та вміння створювати прості графічні елементи. Вміння писати короткі, чіткі та залучаючі тексти для соціальних мереж. Здатність швидко пристосовуватися до змін в алгоритмах соціальних мереж та поведінці користувачів.</p>
Інформаційне забезпечення	<p>1."Соціальні медіа маркетинг: стратегії та техніки для ефективної онлайн-реклами" авторства Мелани С. Бур, Мішель Д. Сміт та Ніколаса Дж. Стівенсона.</p> <p>2."Визначайте цілі. Вибирайте платформи. Розробляйте стратегії: Підручник з соціальних медіа маркетингу для початківців" авторства Керрі Керрінгтон.</p> <p>3. "Соціальна медіа маркетинг. Роздуми з приводу бізнесу в мережі" Дерекка Халперна.</p> <p>Відеоуроки та вебінари Соціальні мережі Instagram, Facebook, TikTok, Telegram Інтерактивні вправи та проекти Онлайн ресурси та блоги</p>
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські заняття)	Лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів на семестр/мінімальна кількість здобувачів	Не обмежена

Декан факультету

\_\_\_\_\_

Тетяна ГРИНЬКО