

## СИЛАБУС

Назва дисципліни	Робота менеджера в соціальних мережах
Статус	Вибіркова
Спеціальність	ООП «Менеджмент» першого (бакалаврського рівня) освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент»
Мова викладання	Українська
Семестр у якому викладається	—
Кількість кредитів ЕСТС академічних годин	3 кредити 90 год. (18 - лекції, 18 - практичні заняття, 54 - самостійна робота)
Форма підсумкового контролю та наявність індивідуальних завдань	Диференційований залік
Кафедра, що забезпечує викладання	Менеджменту та адміністрування
Викладач, що планується до викладання	Лекції та практичні: к.е.н., доц., доцент каф. МіА Микитюк Н.Є.
Тут про дисципліни, які забезпечують дану дисципліну, є основою для неї	-
Перелік компетентностей, яких набуває студент після опанування дисципліни	<p style="text-align: center;">Загальні компетентності</p> <p>ЗК 3 - здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу;          ЗК 5 - знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності;          ЗК 9 - здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p style="text-align: center;">Фахові компетентності:</p> <p>СК 1 - здатність визначати та описувати характеристики організації;          СК 2 - здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;          СК 3 - здатність визначати перспективи розвитку організації;          СК 5 - здатність управляти організацією та її підрозділами через реалізацію функцій менеджменту;          СК 12 - здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, формувати обґрунтовані рішення.</p> <p style="text-align: center;">Фахові за вибірковою компонентою:</p> <p>- здатність встановлювати особливості роботи менеджерів в соціальних мережах.</p>
Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії та програмні результати навчання	<p style="text-align: center;">Сфера реалізації компетентностей в майбутній професії:</p> <p>- розуміти принципи роботи менеджера в соціальних мережах;          - встановлювати чинники підвищення ефективності діяльності організації в соцмережах;</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати ефективні методи роботи менеджера в соцмережах;</li> <li>- формувати систему просування продуктів та послуг в соцмережах;</li> <li>- виокремлювати особливості роботи менеджера в різних соціальних мережах;</li> <li>- адаптувати набуті знання до реальних ситуацій;</li> <li>- виробляти власні рекомендації з просування продуктів та послуг в соцмережах.</li> </ul> <p>Програмні результати навчання:</p> <p>ПРН 3 - демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства;</p> <p>ПРН 4 - демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень;</p> <p>ПРН 5 - описувати зміст функціональних сфер діяльності організації;</p> <p>ПРН 6 - виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень;</p> <p>ПРН 7 - виявляти навички організаційного проектування;</p> <p>Програмні результати навчання за вибірковою компонентою:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонструвати навички просування продуктів та послуг за допомогою соцмереж.</li> </ul>
<p>Особливості навчання на курсі</p> <p>Типи завдань та форми контролю</p>	<p>Оцінювання знань студентів проводиться за результатами комплексного оцінювання. Типи завдань: тестові завдання, дослідницькі завдання, творчі завдання.</p> <p>Контроль засвоєння теоретичних знань модуля М1 (колоквіум) – 50 балів, засвоєння практичних навиків ЗМ1 – 25 балів, засвоєння практичних навиків ЗМ2 – 25 балів. Відпрацювання пропусків – письмова робота.</p>
<p>Стислий опис дисципліни</p>	<p>Дисципліна спрямована на вивчення студентами особливостей роботи менеджерів в соціальних мережах, яким чином застосовувати таргетовану рекламу в соцмережах, як створювати та просувати продукти за допомогою соцмереж, які стратегії для цього використовувати, як ефективно застосовувати цифрові інструменти в SMM-маркетингу та отримувати максимум від їх використання.</p>
<p>Кількість студентів, які можуть одночасно навчатися</p>	<p>20-100</p>
<p>Література</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кеннеди Д.С., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжить из соцсетей максимум. Москва: Альпина Паблишер, 2020. 344 с.</li> <li>2. Кожушко О., Чуркин И., Агеев А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. Учебное пособие. Москва: Олимп- Бизнес, 2017. 328 с.</li> <li>3. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. Москва: Альпина Паблишер, 2018. 153 с.</li> <li>4. Смолина В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях. Москва: Инфра-Инженерия, 2019. 252 с.</li> <li>5. Хёрф С. Как создать продукт, который любят. Опыт успешных менеджеров и дизайнеров. Москва:</li> </ol>

	<p>Манн, Иванов и Фербер, 2019. 288 с.</p> <p>6. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера. Москва: Эталон, 2018. 320 с.</p> <p>7. Щербаков С. Таргетированная реклама в социальных сетях: точно в яблочко. Москва: Фолио, 2018. 256 с.</p>
--	---