



Силабус освітнього компонента Програма навчальної дисципліни



SMM-менеджмент

Шифр та назва спеціальності
073-Менеджмент

Інститут
Навчально-науковий інститут Економіки,
менеджменту та міжнародного бізнесу

Освітня програма
Міжнародний бізнес
Менеджмент організацій і адміністрування
Проектний менеджмент

Кафедра
Менеджменту (204)

Рівень освіти
Бакалавр

Тип дисципліни
Вибіркова

Семестр
8

Мова викладання
Українська

Викладачі, розробники



Захарченков Олексій Сергійович

oleksii.zakharchenkov@khpi.edu.ua

Кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту НТУ "ХПІ"

Автор та співавтор понад 20 наукових та методичних публікацій. Лектор з навчальних дисциплін "Митне регулювання", "SMM-менеджмент" та інші. Власник інтернет-магазинів www.sangig.shop, www.sangig.com.ua, www.single.com.ua, www.miysalon.com.ua, www.nitrile.com.ua

Детальніше на сайті кафедри:

<https://web.kpi.kharkov.ua/mto/about/staff/zakharchenkov/>

Загальна інформація

Анотація

Курс «SMM менеджмент» орієнтований на засвоєння студентами сучасних методів розробки стратегій діяльності з просування компаній у соціальних мережах та особливостей функціонування сучасних маркетингових комунікацій в інтернеті.

Мета та цілі дисципліни

Формування у студентів управлінського мислення та системи знань у сфері управління маркетингом у соціальних мережах (SMM). Розвиток практичних навичок, пов'язаних зі створенням та просуванням рекламних кампаній в соціальних мережах з використанням сучасних технологій.

Формат занять

Лекції, практичні заняття, самостійна робота, контрольна робота. Підсумковий контроль – залік.

Компетентності

- ЗК04. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
- ЗК05. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК06. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.
- ЗК08. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК09. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- СК01. Здатність визначати та описувати характеристики організації.
- СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

Результати навчання

ПРО8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації.

Обсяг дисципліни

Загальний обсяг дисципліни 120 год. (4 кредитів ECTS): лекції – 20 год., практичні заняття – 20 год., самостійна робота – 80 год.

Передумови вивчення дисципліни (пререквізити)

Для успішного проходження курсу необхідно мати знання та практичні навички з наступних курсів: , «Маркетинг», «Менеджмент персоналу», «Управління інноваціями», «Основи міжнародного маркетингу», «Управлінські навички в міжнародному бізнесі», «Управління міжнародними ланцюгами постачання», «Міжнародна цифрова торгівля».

Особливості дисципліни, методи та технології навчання

Лекції проводяться в інтерактивній формі з використанням мультимедійних технологій. Практичні заняття проводяться з використанням проектного підходу та зосереджуються на використанні сучасних інформаційних технологій в SMM-менеджменті. Навчальні матеріали доступні студентам через Teams.

Програма навчальної дисципліни

Теми лекційних занять

Лекція 1: Основи соціальних медіа та їх роль у маркетингу.

Визначення та значення соціальних медіа. Історія розвитку соціальних мереж. Місце SMM у загальній маркетинговій стратегії компанії. Цілі та завдання SMM.

Лекція 2: Створення SMM стратегії.

Бріф компанії. Етапи розробки стратегії. Основні елементи SMM стратегії.

Лекція 3: Аналіз ринку та конкурентів

Проведення SWOT-аналізу. Аналіз конкурентів у соціальних медіа. Визначення ринкових трендів та ніш. Використання результатів аналізу для розробки стратегії

Лекція 4: Визначення цілей та KPI для SMM стратегії

Постановка SMART-цілей. Вибір ключових показників ефективності (KPI). Метрики для оцінки успішності SMM кампаній. Вимірювання та оцінка результатів

Лекція 5: Інструменти для роботи з соціальними медіа

Інструменти для планування контенту (Buffer, Hootsuite). Інструменти для аналітики та моніторингу (Google Analytics: Facebook Business Manager). Інструменти для автоматизації та реклами (Facebook Ads Manager). Інструменти для створення відео та фото контенту (Canva, WeVideo, Piktochart, InShot).

Лекція 6: Використання інструментів ШІ для SMM

Основи штучного інтелекту та машинного навчання. Застосування ШІ у створенні контенту (ChatGPT, DALL-E, Lumen5)

Лекція 7: Управління спільнотою та взаємодія з аудиторією

Методи залучення та утримання підписників. Створення та модерація груп та подій. Використання UGC (User Generated Content) для зміцнення бренду. Робота з відгуками та зворотним зв'язком.

Лекція 8: Реклама в соціальних мережах

Таргетинг. Механізм роботи таргетованої реклами. Аналіз ефективності рекламних кампаній

Лекція 9: Персональний бренд керівника та його вплив на довіру до бренду

Визначення персонального бренду. Механізми та методики створення персонального бренду. Використання соціальних медіа для просування персонального бренду. Вплив персонального бренду власника на рівень довіри до бренду компанії.

Лекція 10: Залучення лідерів думок

Визначення та вибір відповідних лідерів думок. Методи співпраці та побудова відносин. Розробка та реалізація кампаній з лідерами думок. Оцінка ефективності співпраці з лідерами думок

Теми практичних занять

Заняття 1: Дослідження соціальних медіа.

Студенти повинні обрати одну соціальну платформу та підготувати презентацію про її історію розвитку, основні функції та роль у маркетингу. Включити приклади успішних маркетингових кампаній.

Заняття 2: Розробка SMM стратегії для компанії.

Студенти розбиваються на підгрупу та створюють сторінку для власної академічної групи. Для неї створюють бріф, визначають цільову аудиторію, формують цілі та розробляють SMM стратегію. Представляють свої роботи та обговорюють стратегії різних підгруп. Заповнюють шаблон SMM стратегії

Заняття 3: Проведення SWOT-аналізу.

Студенти обирають реальну компанію та виконують SWOT-аналіз її присутності в соціальних медіа, а також аналізують діяльність конкурентів. На підставі отриманих навичок, проводять SWOT-аналіз сторінки своєї академічної групи.

Заняття 4: Постановка SMART-цілей.

Студенти визначають SMART-цілі для сторінки своєї академічної групи, встановлюють KPI та методи вимірювання успішності.

Заняття 5: Використання інструментів SMM.

Студенти створюють для сторінки своєї академічної групи контент-план на місяць, на практиці використовують інструменти для створення візуального контенту.

Заняття 6: Застосування ШІ у створенні контенту.

Студенти використовують інструменти ШІ (наприклад, ChatGPT, DALL-E) для створення різних типів контенту (статей, зображень тощо). Практикують створення промтів для різних задач.

Заняття 7: Управління спільнотою.

Студенти створюють та модерують групу або подію у соціальній мережі, залучають підписників та стимулюють їх до взаємодії. Аналізують отримані результати.

Заняття 8: Налаштування таргетованої реклами.

Студенти створюють бізнес-профілі в Facebook або Instagram, налаштовують параметри таргетингу, запускають кампанії та аналізують їх ефективність.

Заняття 9: Створення персонального бренду.

Студенти розробляють план створення та просування свого персонального бренду, використовуючи соціальні медіа. Аналізують потенційний вплив свого персонального бренду на сторінки академічної групи.

Заняття 10: Співпраця з лідерами думок.

Студенти обирають відповідних лідерів думок для рекламної кампанії, розробляють план та формат співпраці, пропонують ідеї для контенту. Оцінюють потенційні ризики та ефективність такої співпраці.

Теми лабораторних робіт

Лабораторні заняття не передбачені планом.

Самостійна робота

Курс передбачає вивчення додаткових матеріалів за темами лекцій.

Курс передбачає виконання індивідуального завдання (контрольна робота) з елементами практичного розв'язання задач, пов'язаних з плануванням діяльності у сфері SMM. Результат представляється у письмовому вигляді у вигляді розробленої SMM-стратегії власної академічної групи.

Студентам надаються додаткові матеріали (відео, статті) для самостійного вивчення та аналізу. Передбачено самостійне проходження навчання та отримання сертифікатів на загальнодоступних освітніх платформах:

"SMM фундамент" - https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SMM_F101+2023_T1

"SMM спеціаліст" - <https://osvita.diia.gov.ua/courses/smm-specialist>

"Мобільний фотограф" - <https://osvita.diia.gov.ua/courses/mobile-photographer>

Література та навчальні матеріали

1. Варна М. Що таке SMM і як працює маркетинг у соціальних мережах. Гайд для початківців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-smm-i-yak-pratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatkivtsiv>
2. Share a Coke – вдалий маркетинговий хід Соса-Кола [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vikna.if.ua/cikavo/50027/view>
3. Освітній серіал «SMM-спеціаліст». Брифінг та аналіз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/lesson/seria-3-brifing-ta-analiz>
4. Чи потрібні мему для бізнесу? Використання мемів у рекламних кампаніях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://interkassa.com/blog/chy-potribni-memy-dlia-biznesu>
5. Лебедева Є. Чек-лист SMM-стратегії: готуємось до просування в соцмережах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.net/ru/blog/chek-list-smm-strategii-gotovimsya-k-prodvizheniyu-v-sotssetyakh/>
6. Початок роботи з Ads Manager [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.facebookblueprint.com/student/activity/213636?ref=cms_redirect#/page/61f455e7697d66740f31a6a8
7. Цапліна А. Що таке особистий бренд, як його створити та просунути [Електронний ресурс] / А. Цапліна, Н. Сиротюк – Режим доступу: <https://sendpulse.ua/blog/personal-branding>
8. Гресь Я. Як побудувати персональний бренд: план дій від Ярослави Гресь [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/10/19/652732/>
9. Мануал створення сторінки від Meta [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/help/104002523024878>
10. Навчальний ресурс Instagram for business [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.instagram.com/>
11. Офіційний навчальний ресурс від Meta [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.facebook.com/business/learn?wtsid=rdr_03Cv6k1ZfcyjBuRUW
12. Як бренду почати співпрацю з блогерами? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/ak-brendu-pocati-spivpracu-z-blogerami>
13. Як створити бізнес-акаунт в Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/business/help/502981923235522>
14. SMM: фундамент. Курси. Маркетинг - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/smm-foundation/>

Система оцінювання

Критерії оцінювання успішності студента та розподіл балів

Підсумковий контроль здійснюється за результатами розробки SMM-стратегії академічної групи (40 балів) та, за необхідності, підсумкового тестування (30 балів).

Поточне оцінювання: оцінювання завдань на практичних заняттях - до 5 балів за кожне заняття;

Участь у студентських олімпіадах, конкурсах наукових робіт, грантах, науково-дослідних проєктах - 10 балів за кожен вид активності. Публікація наукових статей, тез доповіді на конференції за тематикою курсу - 10 балів за кожен вид активності.

Участь у програмах здобуття неформальної та інформальної освіти, отримання сертифікатів рекомендованих онлайн-курсів "SMM фундамент" (20 балів), "SMM спеціаліст" (10 балів), Мобільний фотограф (5 балів)

Шкала оцінювання

Сума балів	Національна оцінка	ECTS
90-100	Відмінно	A
82-89	Добре	B
75-81	Добре	C
64-74	Задовільно	D
60-63	Задовільно	E
35-59	Незадовільно (потрібне додаткове вивчення)	FX
1-34	Незадовільно (потрібне повторне вивчення)	F

Норми академічної етики і політика курсу

Студент повинен дотримуватися «Кодексу етики академічних взаємовідносин та доброчесності НТУ «ХПІ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність. Конфліктні ситуації повинні відкрито обговорюватися в навчальних групах з викладачем, а при неможливості вирішення конфлікту – доводитися до відома співробітників дирекції інституту. Нормативно-правове забезпечення впровадження принципів академічної доброчесності НТУ «ХПІ» розміщено на сайті: https://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/?page_id=208

Погодження

Силабус погоджено

28.08.2024 р.

Завідувач кафедри
Олена ПРОХОРЕНКО

28.08.2024 р.

Гарант ОП
Олена ЧАЙКОВА

28.08.2024 р.

Гарант ОП
Олена ЛІНЬКОВА

28.08.2024 р.

Гарант ОП
Петро ФОЦІЙ