

**Білоцерківський національний аграрний університет**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра фінансів, банківської справи та страхування**

	<b>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ</b> <b>«SOCIAL MEDIA MARKETING»</b> Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг
<b>Рівень вищої освіти</b>	перший (бакалаврський)
<b>Компонент освітньої програми:</b>	вибірковий
<b>Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин</b>	4 кредити / 120 годин
<b>Семестр</b>	8
<b>Форма контролю</b>	залік
<b>Мова викладання</b>	англійська
<b>Профайл викладача</b> 	<b>Качан Дмитро Анатолійович</b> <b>Посада:</b> доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування <b>Науковий ступінь:</b> кандидат економічних наук <b>Робоче місце:</b> навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), аудиторія 130 (кафедра фінансів, банківської справи та страхування) <b>E-mail:</b> <a href="mailto:kachan.dmytro@btsau.edu.ua">kachan.dmytro@btsau.edu.ua</a> <b>Зв'язок з викладачем:</b> +380970659960
<b>Опис дисципліни</b>	Дисципліна «Social Media Marketing» зорієнтована на формування теоретичних знань та прикладних компетенцій щодо управління маркетинговою діяльністю в соціальних мережах. У межах курсу здобувачі вивчатимуть сучасні тенденції цифрового маркетингу, інструменти та стратегії SMM, аналізуватимуть ефективність маркетингових кампаній, а також опанують практичні навички просування брендів на популярних соціальних платформах та освоюватимуть застосування цифрових технологій у маркетингу.
<b>Передумови для вивчення дисципліни</b>	Базується на знаннях таких дисциплін як: «Соціологія», «Поведінка споживачів», «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».
<b>Мета вивчення дисципліни</b>	Метою дисципліни «Social Media Marketing» є формування у студентів комплексного розуміння теоретичних засад і практичних аспектів маркетингової діяльності в соціальних мережах, розвиток аналітичних навичок для оцінки ефективності SMM-кампаній, оволодіння сучасним цифровим інструментарієм для просування брендів, а також підготовка компетентних фахівців, здатних

	приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах цифрової трансформації маркетингового середовища.
<b>Формат дисципліни</b>	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності передбачено індивідуальні графіки, дистанційна форма навчання, тощо. Використовуються платформи Moodle, Zoom. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.
<b>Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)</b>	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>Очікувані результати навчання</b>	<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження</p>

	<p>маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
<p><b>Структура курсу</b></p>	<p><i>Module 1. Theoretical foundations and evolution of SMM</i></p> <p>Topic 1.1. Emergence of social networks and development of the SMM concept</p> <p>Topic 1.2. Current trends in digital marketing within social media</p> <p>Topic 1.3. Content marketing strategies in the digital environment</p> <p>Topic 1.4. Social media marketing tools</p> <p><i>Module 2. Practical aspects of marketing activity in social media</i></p> <p>Topic 2.1. Marketing strategies and tools for promotion on Instagram</p> <p>Topic 2.2. Specifics of Facebook utilization for business communication</p> <p>Topic 2.3. LinkedIn for professional branding and B2B marketing</p> <p>Topic 2.4. Social media analytics and monitoring systems</p> <p><i>Module 3. Evaluation of effectiveness and professional activity in SMM</i></p> <p>Topic 3.1. Methods for evaluating the effectiveness of social media marketing campaigns</p> <p>Topic 3.2. Developing and implementing effective SMM campaigns</p> <p>Topic 3.3. Competency profile of an SMM specialist: key skills and responsibilities</p> <p>Topic 3.4. Risk management and crisis communication in social media</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p>Під час викладання курсу застосовуються презентації, робота в малих групах, мозкові атаки, метод проектної роботи, виконання колективних та індивідуальних завдань, підготовки есе та презентацій із додержанням вимог академічної доброчесності.</p>
<p><b>Політика</b></p>	<p><b>Політика щодо академічної доброчесності:</b> очікується, що письмові роботи здобувачів будуть оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p><b>Політика щодо відвідування занять:</b> очікується, що здобувачі відвідають усі лекції та практичні заняття курсу. Здобувачі мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p><b>Політика щодо дедлайнів і перескладання:</b> здобувачі мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p><b>Політика щодо виконання завдань:</b> позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p><b>Політика оцінювання:</b> засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Moodle Білоцерківського НАУ.</p>

**Рекомендовані  
джерела інформації**

**Основна література**

1. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2022). *Social Media Marketing* (5th ed.). SAGE Publications.
2. Heinze, A., Fletcher, G., Cruz, A., & Fenton, A. (2023). *Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach* (3rd ed.). Routledge.
3. Sanak-Kosmowska, K. (2022). *Evaluating Social Media Marketing: Social Proof and Online Buyer Behaviour*. Routledge.
4. Scott, D. M. (2022). *The New Rules of Marketing and PR* (8th ed.). Wiley.
5. Sridhar, S., & Mittal, V. (2021). *Focus: How to Plan Strategy and Improve Execution to Achieve Growth*. Springer.
6. Bixley, J. (2020). *Social Media Marketing 2020: The Ultimate Guide to Boosting Your Business Through Social Media Marketing Efforts*. Independently Published.
7. Anderson, S. (2020). *Social Media Marketing for Business 2020: The Ultimate Guide to Boosting Your Business Through Social Media Marketing on Facebook, Instagram, Pinterest, and Twitter*. Independently Published.
8. Swartz, A. (2020). *See You on the Internet: Building Your Small Business with Digital Marketing*. Page Two Books.
9. Gil, C. (2020). *The End of Marketing: Humanizing Your Brand in the Age of Social Media and AI*. Kogan Page.
10. Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2021). *Social Media Marketing: A Strategic Approach*. Springer.

**Додаткова література**

11. Barker, M., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Neher, K. E. (2021). *Social Media Marketing: A Strategic Approach* (3rd ed.). Cengage Learning.
12. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital Marketing* (8th ed.). Pearson.
13. Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing* (3rd ed.). Kogan Page.
14. Dodson, I. (2021). *The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns* (2nd ed.). Wiley.
15. Ryan, D. (2021). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.). Kogan Page.
16. Charlesworth, A. (2022). *Digital Marketing: A Practical Approach* (4th ed.). Routledge.
17. Treadaway, C., & Smith, M. (2021). *Facebook Marketing: An Hour a Day* (3rd ed.). Wiley.
18. Kerpen, D. (2021). *Likeable Social Media: How to Delight Your Customers, Create an Irresistible Brand, and Be Generally Amazing on Facebook* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
19. Evans, D., & McKee, J. (2021). *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement* (2nd ed.). Wiley.

**Інформаційні ресурси**

1. Навчально-інформаційний портал БНАУ Moodle. URL: <https://teach.btsau.net.ua/>

- |  |                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ol style="list-style-type: none"><li>2. Наукова бібліотека БНАУ. URL: <a href="https://library.btsau.edu.ua/">https://library.btsau.edu.ua/</a></li><li>3. Інституційний репозитарій БНАУ: URL: <a href="https://rep.btsau.edu.ua/">https://rep.btsau.edu.ua/</a></li></ol> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|