

Силабус «Основи SMM (Social Media Marketing)»

№	Назва поля	Детальний контент, коментарі
1.	Назва факультету	- Факультет Комп'ютерних наук (КН),
2.	Рівень вищої освіти	Бакалаврський
3.	Код і назва спеціальності	121 Інженерія програмного забезпечення
4.	Тип і назва освітньої програми	Програмна інженерія
5.	Код і назва дисципліни	Основи SMM
6.	Кількість ЄКТС кредитів	4
7.	Структура дисципліни (розподіл за видами та годинами навчання)	Лекції - 20, Практичні - 6, Лабораторні - 16, Консультації - 24, Самостійна робота – 56, Сем. Контроль – Залік
8.	Графік вивчення дисципліни	7, семестр навчання - осінній
9.	Передумови для навчання за дисципліною	- Основи програмування. - Основи програмної інженерії. - Гіпертекст та гіпермедіа. - Аналіз вимог до програмного забезпечення.
10.	Анотація дисципліни	Блок змістових модулів – 2 Змістовий модуль 1. Вступ в SMM. Основи цифрового маркетингу. Тема 01. Вступ до дисципліни. Основи інтернет маркетингу. Тема 2. Дослідження громадської думки в соціальних мережах. Тема 3. Оптимізація в пошукових системах. Тема 4. Вірусний маркетинг. Розвиток мобільного Інтернету та мобільного маркетингу. Тема 5. Партнерські програми. Веб-кільця. Змістовий модуль 2. Оптимізація маркетингової діяльності інструментами інтернет-маркетингу. Тема 6. Проблема повернення відвідувачів і створення постійної аудиторії. Тема 7. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах. Тема 8. Принципи індексування. Тема 9. Поняття віртуальної спільноти (ком'юніті). Тема 10. Основні терміни і показники ефективності PR в соціальних мережах. Години розподіляються відповідно до змістовних модулів ЗМ 1 – 10Лк – 3Пз – 8Лб – 10Конс.- 28 Сам. ЗМ 2 – 10Лк – 3Пз – 8Лб – 10Конс.- 28 Сам.

11.	Компетентності, знання, вміння, розуміння, якими оволодіє здобувач вищої освіти в процесі навчання	Загальні компетентності: 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. 2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. 5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. Фахові компетентності: 6. Здатність аналізувати результати діяльності організації, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. 7. Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для вирішення поставлених дослідницьких завдань у сфері цифрового маркетингу. 8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію при вирішенні професійних завдань. 9. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління. 10. Здатність оцінювати і враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні чинники, що впливають на сферу професійної діяльності. 11. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері інтернет-маркетингу. 12. Здатність розробляти нові методики дослідження ринку та використовувати їх у дослідженні ринку на локальному, регіональному, глобальному рівнях, ринку B2B та B2C, галузевих ринків. 13. Вміння оцінювати результативність та ефективність кампаній та інструментів цифрового маркетингу. 14. Здатність формувати нові конкурентоспроможні ідеї, валідувати їх та реалізовувати їх у проектах.
12.	Результати навчання здобувача вищої освіти	Програмні результати: 1. Знати, аналізувати, цілеспрямовано шукати і вибирати необхідні для вирішення професійних завдань інформаційно-довідникові ресурси і знання з урахуванням сучасних досягнень науки і техніки. 2. Знати і застосовувати професійні стандарти і інші нормативно-правові документи в галузі інженерії програмного забезпечення. 3. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. 4. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері інтернет-маркетингу. 5. Вміння генерувати нові методики дослідження ринку. 6. Вміння визначати та розв'язувати маркетингові проблеми

		на основі проведених маркетингових досліджень. 7. Знати та вміти застосовувати методи та засоби управління проектами. 8. Уміння документувати та презентувати результати роботи.
13.	Система оцінювання відповідно до кожного завдання для складання заліку/екзамену	Необхідний обсяг знань для одержання позитивної оцінки передбачає володінням теоретичним матеріалом та вмінням його застосовувати при рішенні практичних завдань відповідно до тем залікових модулів. Для отримання позитивної оцінки здобувач вищої освіти має виконати та захистити всі лабораторні роботи, захистити всі практичні роботи, написати доповідь відповідно до обраної за варіантом теми та одержати бали від 60 до 100 протягом семестру. Кожна лабораторна робота та практична робота оцінюється від 6 до 10 балів. Доповідь оцінюється від 6 до 10 балів.
14.	Якість освітнього процесу	Відповідно до дотримання політики академічної доброчесності не припускається в рамках виконання лабораторних, практичних робіт та відповідей списування та наявність плагіату, як акту шахрайства в студентських роботах, фабрикацією та фальсифікацією результатів обчислень та досліджень під час навчання за дисципліною. При фіксуванні факту не доброчесності з боку здобувачів вищої освіти під час навчання, їх робота не враховується і оцінюється за нульовим показником викладачем. Зміст дисципліни оновлюється відповідно до міжнародних тенденцій та пріоритетів розвитку галузі базуючись на досягнення сучасних практик та досліджень, з урахуванням рекомендацій представників ринку праці, щодо експертизи контенту робочої програми з дисципліни
15.	Методичне забезпечення	Використовуються відкриті українські та іноземні інтернет джерела, посібники, КНМЗ з дисципліни та навчально-методичні матеріали, які є у наявності в бібліотеці університету
16.	Розробник силабусу	Доцент каф. ПІ, к.т.н., Груздо Ірина Володимирівна, irina.gruzdo@nure.ua