(Ф 03.02 – 110)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет міжнародних відносин
Кафедра реклами і зв'язків з громадськістю

УЗГОДЖЕНО
Декан
_____ Ю. Волошин
«28» 10 2020 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор з навчальної роботи
_____
«04» 11 2020 р.

Система менеджменту якості

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«SMM»

Галузь знань: 06 «Журналістика»
Спеціальність: 061 «Журналістика»
Освітньо-професійна програма: «Реклама та зв'язки з громадськістю» (за видмами діяльності)

Курс – 3 Семестр – 5 Диференційований залік – 5 семестр
Лекції – 17
Практичні - 34
Самостійна робота – 54
Усього (годин/кредитів ECTS) – 105/3,5
Домашнє завдання (1) – 5 семестр

Індекс: РБ-17-061/16-3.23

Робоча навчальна програма дисципліни «SMM» розроблена на основі робочого навчального плану № РБ-17-061/16 підготовки здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «Бакалавр» за спеціальністю 061 «Журналістика» та освітньо-професійною програмою «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)», навчальної програми цієї дисципліни, індекс НБ-17-061/16-3.23, затвердженої ректором «04» 11 2020 р., та відповідних нормативних документів. Наказ ректора №430/08, від 20.09.19р.

Робочу навчальну програму розробила
доцент кафедри реклами
та зв'язків з громадськістю _____ М.М. Масвська

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні випускової кафедри спеціальності 061 «Журналістика», освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю (за видами діяльності)» – кафедри реклами і зв'язків з громадськістю, протокол № 01 від «12» листопада 2019 р.

Завідувач кафедри _____ А. Іващук

Робочу навчальну програму обговорено та схвалено на засіданні науково-методично-редакційної ради Факультету міжнародних відносин № 4 від «13» 05 2020р.

Голова НМРР _____ К. Сидоренко

Рівень документа – 3б
Плановий термін між ревізіями – 1 рік
Врахований примірник

ЗМІСТ

стор.

1. Вступ 4

2. Зміст навчальної дисципліни 4

2.1. Тематичний план навчальної дисципліни 4

2.2. Домашнє завдання (творча робота)..... 5

3. Навчально-методичні матеріали з дисципліни 5

3.1. Список рекомендованих джерел 5

3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до технічних засобів навчання..... 6

4. Рейтингова система оцінювання набутих студентом знань вмінь 7

ВСТУП

Робоча навчальна програма дисципліни розроблена на основі навчальної програми дисципліни «SMM» та «Методичних вказівок до розроблення та оформлення навчальної та робочої навчальної програм дисциплін», введених в дію розпорядженням від 16.06.15 №37/роз.

Рейтингова система оцінювання (РСО) є невід'ємною складовою робочої навчальної програми і передбачає визначення якості виконаної студентом усіх видів аудиторної та самостійної навчальної роботи та рівня набутих ним знань та умінь шляхом оцінювання в балах результатів цієї роботи під час поточного, модульного та семестрового контролю, з наступним переведенням оцінки за багатобальною шкалою в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS.

РСО передбачає використання модульних рейтингових оцінок (поточної, контрольної, підсумкової), а також екзаменаційної або залікової, підсумкової семестрової та підсумкової рейтингових оцінок.

2. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1.Тематичний план навчальної дисципліни

№ пор.	Назва теми	Обсяг навчальних занять (год.)			
		Усього	Лекції	Практ. занят.	СРС
1	2	3	4	5	6
5 семестр					
Модуль №1 «SMM»					
1.1	Сутність і значення Social Media Marketing. Тезаурус.	11	2	2 2	5
1.2	SMM-стратегія та її складові: моніторинг, просування, управління репутацією, клієнтська підтримка.	12	2	2 2	6
1.3	Бренд-платформи та їх використання в SMM.	12	2	2 2	6
1.4	SMM і типи рекламних кампаній: лідогенерація, трафік, відстеження конверсій, охоплення, впізнаваність бренду.	11	2	2 2	5
1.5	Креативний контент як запорука успішності просування в соціальних мережах.	12	2	2 2	6
1.6	Взаємодія з ЦА: залучення аудиторії та управління комунікаціями	11	2	2 2	5

1.7	Управління SMM процесами: умови ефективності та причини невдач.	11	2	2 2	5
1.8	Бюджет та звітність. Успішні SMM кампанії в інтернеті.	12	2 1	2 2	5
1.9	Виконання домашнього завдання	8	-	-	8
1.10	Модульна контрольна робота №1	5	-	2	3
	Усього за модулем № 1	**105**	**17**	**34**	**54**
	Усього за 5 семестр	**105**	**17**	**34**	**54**
	Усього за навчальною дисципліною	**105**	**17**	**34**	**54**

2.2. Домашнє завдання

У п’ятому семестрі студенти виконують домашнє завдання з метою закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань та вмінь, набутих у процесі засвоєння навчального матеріалу дисципліни «SMM».

Конкретна мета домашнього завдання полягає у закріпленні і поглибленні знань, отриманих студентами у процесі вивчення дисципліни; залученні студентів до самостійної роботи з фаховою літературою; формуванні навичок пошуку необхідних джерел і матеріалів; розвинути у студентів вміння аналізувати, узагальнювати і робити висновки, генерувати творчі ідеї та втілювати їх у реальні проекти.

Для успішного виконання домашнього завдання студент повинен знати особливість роботи з соціальними мережами (Facebook, Instagram), вміти самостійно розробляти креативний контент, досліджувати цільову аудиторію, опрацьовувати отриману інформацію та працювати з фаховою літературою.

Домашнє завдання полягає у розробці SMM-стратегії для обраного студентом бренду/компанії з метою збільшення цільової аудиторії та конверсії.

Виконання, оформлення та захист домашнього завдання здійснюється студентом в індивідуальному порядку відповідно до методичних рекомендацій. Час, потрібний для виконання домашнього завдання – 8 годин самостійної роботи.

3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

3.1. Основні рекомендовані джерела

3.1.1. Вирин Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. — М. : Эксмо, 2010. — 224 с.

3.1.2. Энж Э. SEO — искусство раскрутки сайтов / Эрик Энж, Стефан Спенсер, Рэнд Фишкин, Джесси Стрикчиола. — СПб. : БХВ-Петер-бург, 2011. — 592 с.

3.1.3. Кожушко О., Чуркин И., Агеев А., Яременко Н., Волокитин Н. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. Учебное пособие / Александр Агеев, Оюна Кожушко, Игорь Чуркин, Надежда Яременко, Николай Волокотин . – Новосибирск.: Интелсиб, 2018. — 328 с.

3.1.4. Попов А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй / Антон Попов; [под. ред. С.Н.Хромова-Борисова]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. —320 с.
3.1.5. Салливан Л., Беннет С. Анатомия рекламных объявлений. Как создавать продающие тексты / Люк Салливан. – СПб.:Питер, 2016. — 368 с.
3.1.6. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях / Артём Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2018. — 153 с.
3.1.7. Уэлш-Филлипс К, Кеннеди Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум, [пер. Миронов] / Ким Уэлш-Филлипс, Дэн С. Кеннеди. – М.: Альпина Паблишер, 2018. — 344 с.
3.1.8. Устинов В. Smm-копирайтинг в журналистской деятельности. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу https://cyberleninka.ru/article/n/smm-kopirayting-v-zhurnalistskoy-deyatelnosti/viewer
3.1.9. Чалдині Р. Психологія впливу / Роберт Чалдині – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. — 366 с.
3.1.10. Фицпатрик П., Кавасаки Г. Искусство плести социальные сети / Гай Кавасаки, Пег Фицпатрик. – М.: Эксмо, 2017 г. — 150 с.
3.1.11. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / С. Щербаков. – СПб.: «Питер», 2017 г. — (Деловой бестселлер (Питер)), 270 с.

3.2. Додаткові рекомендовані джерела

3.2.1. Интернет-портал о рекламе и маркетинге РеклаМастер — [Електронний ресурс]. — Режим доступу http://www.reklamaster.kiev.ua/html/proekte.html
3.2.2. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения / Денис Каплунов. – СПб.: «Питер», 2012. — 256 с.
3.2.3. Керпен Д. Маркетинг эпохи «Like» / Дэйв Керпен. – М.: ШКИМБ, 2013. — 240 с.
3.2.4. Мэтис М. Накорми Зверя по имени Медиа: простые рецепты для грандиозного паблисити / Марк Мэтис. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. — 320 с.
3.2.5. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния / Антон Попов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. — 336 с.
3.2.6. Презентація тренінгу «Реклама в Internet та Social Media Marketing» (Антон Белецький). — [Електронний ресурс]. — Режим доступу http://www.newmedia.univ.kiev.ua/2010-11-28-16-37-21/2010-12-14-13-03- 46/2010-12-15-14-47-13.
3.2.7. Примак Т. Рекламний креатив / Тетяна Примак. – К.: КНЕУ, 2005. — 168с.
Instagram для бизнеса: 40 хаков и готовых решений (2019 г.) — [Електронний ресурс]. — Режим доступу https://beseller.by/assets/images/books/instagram-dlya-biznesa.pdf
3.2.8.. Aaker D.A. Managing Brand Equity / D.A Aaker. – New York: Free Press, 2014. – 347 p.

3.2.9. Instagram для бизнеса: 40 хаков и готовых решений (2019 г.) — [Електронний ресурс]. — Режим доступу https://beseller.by/assets/images/books/instagram-dlya-biznesa.pdf

3.2. Перелік наочних та інших навчально-методичних посібників, методичних матеріалів до ТЗН

№ пор.	Назва	Шифр тем за тематичним планом	Кількість
1.	Методичні вказівки з виконання практичних робіт	1.1–1.3	електронна версія
2.	Методичні вказівки з виконання самостійної роботи	1.4	електронна версія
3.	Методичні вказівки до виконання домашніх завдань	1.1-1.4	електронна версія

4. РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ НАБУТИХ СТУДЕНТОМ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ

4.1. Оцінювання окремих видів виконаної студентом навчальної роботи здійснюється в балах відповідно до табл. 4.1.

Таблиця 4.1

5 семестр	
Модуль №1	
Вид навчальної роботи	Max кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях (3*8)	48 (сумарна)
Виконання творчих робіт (1*10)	10
Виконання домашнього завдання	10
Для допуску до виконання модульної контрольної роботи студент має набрати не менше 42 балів	
Виконання модульної контрольної роботи	20
Усього за модулем № 1	**88**
Диференційований залік	**12**

Усього за 1 семестр	**100**

4.2. Виконані види навчальної роботи зараховуються студенту, якщо він отримав за них позитивну рейтингову оцінку (табл. 4.2).

4.3. Сума рейтингових оцінок, отриманих студентом за окремі види виконаної навчальної роботи, становить поточну модульну рейтингову оцінку, яка заноситься до відомості модульного контролю.

Таблиця 4.2

Відповідність рейтингових оцінок за окремі види навчальної роботи в балах оцінкам за національною шкалою

Рейтингова оцінка в балах				Оцінка за національною шкалою
Підготовка до семінарських занять	Виконання творчих робіт	Виконання домашнього завдання	Виконання модульної контрольної роботи	
6	9-10	9-10	18-20	Відмінно
5	8	8	15-17	Добре
4	6-7	6-7	12-14	Задовільно
менше 4	менше 6	менше 6	менше 12	Незадовільно

4.4. Сума поточної та контрольної модульних рейтингових оцінок становить підсумкову модульну рейтингову оцінку (табл.4.3), яка в балах та за національною шкалою заноситься до відомості модульного контролю

Таблиця 4.3

Відповідність підсумкових модульних рейтингових оцінок в балах оцінкам за національною шкалою

Модуль №1	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно
менше 53	Незадовільно

4.5. Підсумкова модульна рейтингова оцінка для цієї дисципліни дорівнює семестровій модульній рейтинговій оцінці, яка перераховується в оцінку за національною шкалою (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Відповідність підсумкової семестрової модульної рейтингової оцінки в балах оцінкам за національною шкалою

Таблиця 4.5

Відповідність залікової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
79-88	Відмінно
66-78	Добре
53-65	Задовільно
менше 53	Незадовільно

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
12	Відмінно
10	Добре
8	Задовільно
-	-

4.7. Сума підсумкової семестрової модульної та залікової рейтингових оцінок у балах становить підсумкову семестрову рейтингову оцінку, яка перераховується в оцінки за національною шкалою та шкалою ECTS (табл. 4.6).

Таблиця 4.6

Відповідність підсумкової семестрової рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	**Відмінно**	**A**	**Відмінно** (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82-89	**Добре**	**B**	**Дуже добре** (вище середнього рівня з кількома помилками)
75-81		**C**	**Добре** (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67-74	**Задовільно**	**D**	**Задовільно** (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60-66		**E**	**Достатньо** (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35-59	**Незадовільно**	**FX**	**Незадовільно** (з можливістю повторного складання)
1-34		**F**	**Незадовільно** (з обов'язковим повторним курсом)

4.7. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка в балах, за національною шкалою та шкалою ECTS заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

4.8. Підсумкова семестрова рейтингова оцінка заноситься до залікової книжки та навчальної картки студента, наприклад, так: ***92/Відм./A, 87/Добре/B, 79/Добре/C, 68/Задов./D, 65/Задов./E*** тощо.

4.9. Підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни дорівнює підсумковій рейтинговій оцінці.

Зазначена підсумкова рейтингова оцінка з дисципліни заноситься до Додатку до диплома.