

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА**

**Факультет туризму**

Кафедра туризмознавства і краєзнавства

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**SMM-менеджмент**

---

Рівень вищої освіти	<u>другий (магістерський)</u>
Освітня програма	<u>«Туризмознавство»</u>
Спеціальність	<u>242 «Туризм і рекреація»</u>
Галузь знань	<u>24 «Сфера обслуговування»</u>

Затверджено на засіданні кафедри  
туризмознавства і краєзнавства  
Протокол № 1 від “28” серпня 2024 р.

## ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до навчальної дисципліни
3. Мета та цілі навчальної дисципліни
4. Програмні компетентності та результати навчання
5. Організація навчання
6. Система оцінювання навчальної дисципліни
7. Політика навчальної дисципліни
8. Рекомендована література

<b>1. Загальна інформація</b>	
<b>Назва дисципліни</b>	SMM-менеджмент
<b>Викладач (-і)</b>	Орлова Віра Василівна, к.е.н., доцентка кафедри туризмознавства і краєзнавства
<b>Контактний телефон викладача</b>	+380994464144
<b>Е-mail викладача</b>	vira.orlova@pnu.edu.ua
<b>Формат дисципліни</b>	очний/заочний
<b>Обсяг дисципліни</b>	3 кредити ECTS, 90 год.
<b>Посилання на сайт дистанційного навчання</b>	<a href="https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/53aebf970af513291ea2">https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/53aebf970af513291ea2</a>
<b>Консультації</b>	Консультації проводяться відповідно до графіку консультацій, розміщеному на інформаційному стенді кафедри
<b>2. Анотація до навчальної дисципліни</b>	
<p>Навчальна дисципліна SMM-менеджмент (Social Media Marketing-менеджмент) спрямована на теоретичне та практичне вивчення інструментів та методів соціальних медіа, які використовуються для підтримки та розвитку туристичного бізнесу. Це зумовлено швидкими темпами розвитку і значення соціальних мереж у житті людей та туристів зокрема. Зростання ролі соціальних мереж у сфері туризму також є результатом сучасної політичної ситуації у світі та глобальними медичними обмеженнями. Саме тому, дана дисципліна орієнтована на засвоєння студентами сучасних методів розробки стратегій діяльності з просування компаній у соціальних мережах та особливостей функціонування сучасних маркетингових комунікацій в інтернеті.</p>	
<b>3. Мета та цілі навчальної дисципліни</b>	
<p>Мета дисципліни – полягає в оволодінні студентами навичками та знаннями з планування, впровадження та оптимізації стратегій маркетингу в соціальних мережах на ринку туристичних послуг.</p> <p><b>Завдання курсу:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ознайомлення з основними поняттями, категоріями та методами SMM-менеджменту;</li> <li>• ознайомлення з новітніми інструментами та підходами у SMM-менеджменті;</li> <li>• отримання практичних навичок для успішного управління соціальними медіа-стратегіями;</li> <li>• формування навичок до створення та оптимізації контенту, аналізу аудиторії, розвитку бренду в соціальних мережах, взаємодії зі споживачами та вимірювання результативності кампаній в інтернет-просторі.</li> </ul> <p>У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен <b>знати:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• основні поняття, категорії, терміни SMM-менеджменту та вміти їх правильно тлумачити;</li> <li>• принципи та методи організації бізнесу в соціальних мережах та вивчення механізмів його просування;</li> <li>• переваги роботи в соціальній мережі;</li> <li>• критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах;</li> </ul>	

- принципи побудови SMM-стратегій.
- вміти:**
- вміти застосовувати інструменти SMM-менеджменту для створення стратегії соціальних мереж туристичних підприємств;
  - вміти застосовувати методи та техніки використання соціальних мереж для досягнення маркетингових та бізнес-цілей в сфері туризму;
  - вибирати майданчики в соціальних мережах для просування туристичного бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти;
  - визначати особливості поведінки цільової аудиторії;
  - вміти визначати ключові показники ефективності SMM-менеджменту для туристичних підприємств та ринку туристичних послуг.

#### 4. Програмні компетентності та результати навчання

**Складові професійної компетентності:**

**Інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації.

ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними;

ЗК5. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт;

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією;

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

**Результати навчання:**

РН2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації;

РН3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації;

РН6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку;

РН9. Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності;

РН11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проектів у сфері туризму і рекреації;

#### 5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	10
семінарські заняття / практичні / лабораторні	20
самостійна робота	60

#### Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
	242 «Туризм і рекреація»	1	Вибірковий (цикл загальної підготовки)

Тематика навчальної дисципліни

Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність та поняття SMM-менеджменту.	2	2	6
Тема 2. Соціальні медіа як інструмент маркетингу в туризмі.	2	2	6
Тема 3. Види маркетингової діяльності в соціальних мережах. Цілі SMM. Стратегії SMM.	2	2	7
Тема 4. Планування та організація SMM-діяльності туристичних підприємств.	2	4	6
Тема 5. Аналіз ефективності SMM-кампаній підприємств сфери туризму.	2	2	7
Тема 6. Інновації в SMM в туризмі.	0	2	7
Тема 7. Кризовий SMM-менеджмент.	0	2	7
Тема 8. Правове регулювання у сфері SMM-менеджменту.	0	2	7
Тема 9. Етика та соціальна відповідальність в SMM.	0	2	7
ЗАГ.:	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>60</b>

#### 6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання курсу	<p>Оцінювання здійснюється за національною та ECTS шкалою на основі 100-бальної системи.</p> <p>(згідно п. 8.3. Види контролю <a href="#">Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника</a>).</p> <p>Загальні 100 балів включають:</p> <p>50 балів – поточний контроль (практичні заняття)</p> <p>30 балів – тестовий контроль, контрольна робота</p> <p>20 балів – контроль самостійної роботи</p> <p>Поточний контроль проводиться на кожному практичному занятті. Він передбачає оцінювання теоретичної підготовки студентів із зазначеної теми (у тому числі, самостійно опрацьованого матеріалу) та виконання практичних завдань. Оцінки, отримані студентами, виставляються у журналах обліку відвідування та успішності академічної групи.</p> <p>Сума балів за роботу на практичних заняттях за семестр складає 50 балів.</p> <p>Загальний бал за виконання письмових робіт – 30 балів, що включає: тестовий контроль 1 – 5 балів; тестовий контроль 2 – 5 балів; 2 контрольні роботи – по 10 балів.</p> <p>Контроль самостійної роботи – 20 балів.</p>
Вимоги до письмової роботи	<p>Письмові роботи у межах навчальної дисципліни (тестовий контроль, контрольні роботи) спрямовані на перевірку й оцінювання рівня як засвоєння студентами навчального матеріалу, так і компетентностей, передбачених ОПП. Складовою системи оцінювання є контрольна робота, організована у вигляді письмових відповідей на проблемні питання. Контрольна робота має</p>

	узагальнюючий характер з низки вивчених тем і проводиться під час навчального заняття. Виконання контрольної роботи є обов'язковим для всіх студентів.
Практичні заняття	На практичних заняттях шляхом виконання певних відповідно сформульованих завдань забезпечується закріплення теоретичних положень навчальної дисципліни і набуття вмій і навичок їх практичного застосування. Практичне заняття включає проведення контролю компетентностей, постановку загальної проблеми (завдання) викладачем та її обговорення за участю здобувачів вищої освіти, вирішення контрольних завдань, їх перевірку та оцінювання.
Умови допуску до підсумкового контролю	Отримання інтегральних результатів за результатами виконання всіх видів завдань у сумі 25 балів.
<b>7. Політика навчальної дисципліни</b>	
Письмові роботи	Під час виконання письмових робіт здобувач освіти повинен підтвердити свій рівень оволодіння компетентностями, а також дотримуватись <a href="#">Кодексу честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника</a> , <a href="#">Положення про організацію освітнього процесу та розробку основних документів з організації освітнього процесу в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника</a> .
Академічна доброчесність	Політика ректорату спрямована на академічну доброчесність, прозорість та законність діяльності. Задля цього розроблено та впроваджено <a href="#">Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі здобувачів освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника</a> , <a href="#">Положення про запобігання академічному плагіату в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника</a> , <a href="#">Кодекс честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника</a> . В університеті академічна доброчесність передбачається за замовчуванням. Це означає, що всі здані роботи є результатом розумової праці та творчості здобувача. У випадку здачі роботи іншої особи (повністю або частково), або без належного цитування, завдання буде оцінене в 0 балів (без права перездачі).
Відвідування занять	Усі студенти, незалежно від форми навчання, зобов'язані відвідувати аудиторні заняття і проходити всі форми поточного та підсумкового контролю. Відпрацювання пропущених занять відбувається згідно графіку консультацій викладача з навчальної дисципліни, за винятком поважної причини у студента (документальне підтвердження). Процедури регламентуються <a href="#">Порядком організації та проведення оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника</a> .
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується <a href="#">Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника</a> . Для визначеної освітньої компоненти процедури передбачають повне зарахування, часткове зарахування або відмову у зарахуванні за результатами неформальної освіти.

	<p>Компетентності та програмні результати навчання з дисципліни та результатів неформальної освіти можуть бути підтверджені:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- програмою курсів, тренінгів, вебінарів тощо;</li> <li>- сертифікатом про практику / стажування тощо;</li> <li>- сертифікатом про проходження тренінгу, семінару, вебінару тощо.</li> </ul>
--	--

### **8. Рекомендована література**

1. Бойко, В. О., Осадчий, А. А., Бойко, Л. О. Соціальні мережі - перспективний напрям просування бізнесу у підприємницькій діяльності. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2021. № 2. С. 178–185.
2. Виноградова О.В., Дрокіна Н.І. Маркетингові технології управління Інтернет-проектами. Навчальний посібник. Київ: ДУТ. 2019. 351 с.
3. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Маркетингові інновації в індустрії гостинності України. *Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 36–44
4. Гарбар Ж.В., Гонтарук Я.В. Розвиток реклами в мережі інтернет для просування послуг в сфері екотуризму. *Індустрія туризму та гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 6. С. 5-11
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом. Навчальний посібник. Київ: Інтерсервіс. 2019. 368 с.
6. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради.  
[URL:https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analifyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html](https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analifyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html) (дата звернення: 10.08.2024 р.).
7. Сташен Б. Мобільна журналістика. Практичний посібник. Київ: Центр вільної преси. 2021. 260 с.
8. Фірсова С.Г., Слуцька А.П. Маркетинг в соціальних медіа як технологія політичного брендингу. *Ефективна економіка*. 2021. №2.

***Орлова В.В.**, доцентка кафедри  
туризмознавства і краєзнавства*