СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Менеджменту та маркетингу
Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	**Ліпський Юрій Володимирович,** кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/lipskij-yurij-volodimirovich/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: Lipskyi@nasoa.edu.ua

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
Обсяг:	Денна форма навчання					
	4	120	20	22	78	Залік
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Залік

Опис дисципліни	**Навчальна дисципліна «Маркетинг соціальних мереж»** є вибірковим компонентом навчального плану. Як вибіркова складова, вивчення дисципліни дозволить здобувачу вищої освіти сформувати індивідуальну освітню траєкторію. **Мета вивчення навчальної дисципліни** полягає у формуванні у студентів системи професійних знань та оволодіння маркетинговими підходами щодо створення та поширення контенту у цифровому середовищі, ознайомлення з відмінностями різних типів соціальних мереж, специфікою поведінки споживачів у цифровому середовищі, вивчення особливостей написання текстів маркетингового характеру для соціальних мереж різних типів. **Завдання вивчення навчальної дисципліни**: оволодіння підходами до здійснення маркетингових активностей в соціальних мережах та підходами до формування матеріалів маркетингового призначення для соціальних мереж і формування у здобувачів вищої освіти відповідних практичних навичок та вмінь. **Формат проведення дисципліни:** лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота. Здобувачі вищої освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.

Професійні компетентності	Здатність застосовувати сучасні концепції, методи та інструменти маркетингу соціальних мереж для просування товарів, послуг і брендів у цифровому середовищі. Здатність аналізувати особливості функціонування соціальних мереж, поведінку цільової аудиторії та визначати ефективні канали маркетингових комунікацій. Здатність розробляти стратегії просування в соціальних мережах, створювати маркетинговий контент та використовувати інструменти цифрової реклами. Здатність оцінювати результативність маркетингової діяльності в соціальних мережах та обґрунтовувати рішення щодо вдосконалення комунікаційних стратегій.
Програмні результати навчання	Застосовувати теоретичні знання та практичні інструменти маркетингу соціальних мереж для розв'язання завдань просування товарів, послуг і брендів. Аналізувати цільову аудиторію, особливості соціальних платформ та визначати відповідні інструменти маркетингової взаємодії зі споживачами. Розробляти стратегії просування в соціальних мережах, створювати контент для різних платформ і планувати рекламні кампанії. Використовувати інструменти копірайтингу, контент-маркетингу та цифрової реклами для формування ефективних маркетингових комунікацій. Оцінювати ефективність маркетингової діяльності в соціальних мережах на основі відповідних показників та обґрунтовувати напрями її вдосконалення.
Програма навчальної дисципліни	**Змістовий модуль 1. Загальні питання маркетингу соціальних мереж** Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж Тема 5. Характеристика та особливості просування у Facebook **Змістовий модуль 2. Стратегічні та практичні аспекти організації маркетингової діяльності в найпопулярніших соціальних мережах.** Тема 6. Стратегія просування та реклама в Instagram Тема 7. LinkedIn, X (Twitter) та YouTube, як інструмент просування бізнесу Тема 8. Рекламний інструментарій популярних соціальних мереж: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter Тема 9. Копірайтинг. Тема 10. Оцінка ефективності маркетингової діяльності у соціальних мережах.
Методи навчання	Підчас проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, пояснення, обговорення теоретичних питань, дискусії, ілюстративно-роздатковий матеріал. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, письмове виконання практичних занять, тестування, методи «мозкового штурму», дослідницькі методи.
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери. Мультимедійний проєктор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	***Політика щодо академічної доброчесності.*** Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: Положенням про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту,

	затвердженим рішенням Вченої ради НАСОА, 26 червня 2026 р., протокол № 15. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОА та Положення про академічну доброчесність НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п. 4.17.2 Положення про академічну доброчесність НАСОА. ***Політика щодо відвідування занять.*** Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. ***Політика щодо перескладання.*** Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії. Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженого рішенням Вченої ради НАСОА, 24 квітня 2020 р., протокол № 8(зі змінами та доповненнями, протокол від 04 листопада 2025 р. №4).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградова О. В., Недопако Н. М. Маркетинг у соціальних мережах : навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2022. 202 с.
2. Захарченков О. С., Митрофанова А. С. Конспект лекцій з дисципліни «SMM-менеджмент» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» денної та заочної форм навчання. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. 110 с.
3. Петрова І. Л., Дьячук І. В. Контент-маркетинг : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2023. 30 с.
4. Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика : навчальний посібник. Київ : КиМУ, 2022. 228 с.
5. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навчальний посібник. Львів : ННВК «АТБ», 2021. 219 с.
6. Златова І. О. Ефективність маркетингу на основі штучного інтелекту в SMM. Маркетинг і цифрові технології. 2024. Т. 8, № 4. С. 58–67. DOI: https://doi.org/10.15276/mdt.8.4.2024.5.
7. Крижановський Б. Визначення ефективності застосування цифрових інструментів у маркетингових кампаніях. Економіка та суспільство. 2025. № 73. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-90.
8. Трапаідзе С., Швецова К. Генеративний штучний інтелект у створенні маркетингового контенту для українських компаній. Економіка та суспільство. 2025. № 72. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-161.
9. Ліпський Ю. В. Організаційно-економічні засади формування підприємницької діяльності в сфері надання рекламних послуг. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 9. С. 118–122. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/6340/6418.
10. Ліпський Ю. В. Роль та місце інтернет-реклами у забезпеченні просування товарів. Економічний аналіз. 2024. Т. 34, № 4. С. 651–657. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2024.04.651.

11. Ліпський Ю. В., Герасименко І. О. Роль і місце реклами у формуванні взаємовідносин між виробниками і споживачами продукції. Економічний аналіз. 2025. Т. 35, № 1. С. 501–507. DOI: https://doi.org/10.35774/econa2025.01.501.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Маркетинг соціальних мереж» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
Денна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 1 до 4 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 15 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	-
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 70
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Залік	Максимальна оцінка – 30 балів

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Оцінка за національною шкалою	**Оцінка в балах**	**Оцінка за шкалою ECTS**	
Залік		**Оцінка**	**Пояснення**
Зараховано	**90-100**	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються

	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналізу можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
Незараховано	**35-59**	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту та маркетингу. Протокол № 1 від 28 серпня 2026 р.