

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
декан фінансово-економічного факультету
Пілова К.П. _____
«29» серпня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«SMM-технології»

Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Журналістика»
Статус	Обов'язкова
Загальний обсяг	5 кредитів ЄКТС (150 годин)
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Термін викладання	6-й семестр, 11,12 чверті
Мова викладання	українська

Викладач: доц. Куваєва Т.В.

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

на 20__/20__ н.р. _____ (_____) «__» ____ 20__ р.
(підпис, ПІБ, дата)

Робоча програма навчальної дисципліни «SMM-технології» для бакалаврів освітньо-професійної програми «Журналістика» спеціальності 061 Журналістика / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Дніпро : НТУ «ДП», 2025. 15 с.

Розробниця:

- Куваєва Тетяна Володимирівна – доцент, кандидат економічних наук, завідувач кафедри маркетингу

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням науково-методичної комісії спеціальності С7 Журналістика (061 Журналістика) (протокол № 1 від 29 серпня 2025 р.).

ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ	5
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	5
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ	6
6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ	8
6.1. Шкали	8
6.2. Засоби та процедури.....	8
6.3. Критерії.....	9
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	13
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі «Журналістика» спеціальності 061 Журналістика першого (бакалаврського) рівня вищої освіти здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПР) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни Ф19 «SMM-технології» віднесено наступні результати навчання:

ПР2	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
ПР5	Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань
ПР14	Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації
ПР17	Розміщувати оперативну інформацію про свій медіапродукт на доступних інтернет-платформах

Мета дисципліни – формування у здобувачів вищої освіти системних теоретичних знань і практичних навичок із застосування технологій соціальних медіа у професійній журналістській діяльності, зокрема для створення, просування та поширення медіаконтенту в соціальних мережах та інших цифрових медіасередовищах.

Реалізація мети вимагає трансформації програмних результатів навчання в дисциплінарні.

2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
ПР2	ПР2.1-Ф19	Застосовувати знання з теорії журналістики та соціальних комунікацій для планування й реалізації інформаційних кампаній у соціальних мережах
	ПР2.2-Ф19	Розробляти концепцію інформаційного продукту або інформаційної акції в соціальних медіа з урахуванням цільової аудиторії та комунікаційної мети
	ПР2.3-Ф19	Обґрунтовувати вибір форматів і каналів поширення медіаконтенту відповідно до журналістських стандартів
ПР5	ПР5.1-Ф19	Використовувати інструменти соціальних мереж і цифрових платформ для створення, редагування та публікації медіаконтенту
	ПР5.2-Ф19	Застосовувати спеціалізовані онлайн-сервіси та програмне забезпечення для планування контенту та взаємодії з аудиторією
	ПР5.3-Ф19	Аналізувати базові показники ефективності SMM-діяльності з використанням аналітичних інструментів платформ
ПР14	ПР14.1-Ф19	Створювати інформаційні повідомлення для соціальних мереж на задану тему з дотриманням журналістських стандартів
	ПР14.2-Ф19	Адаптувати журналістський контент до різних форматів соціальних медіа з урахуванням специфіки платформи та цільової аудиторії
ПР17	ПР17.1-Ф19	Публікувати та поширювати медіаконтент у соціальних мережах і на цифрових платформах відповідно до комунікаційних завдань

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Шифр ДРН	Зміст
	ПР17.2-Ф19	Забезпечувати оперативність оновлення інформації про медіапродукт з урахуванням актуальності повідомлень
	ПР17.3-Ф19	Розуміти етичні і правові норми під час розміщення інформації в соціальних медіа та взаємодії з аудиторією

3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Вивчення курсу ґрунтується на знаннях, отриманих з попередньо вивчених дисциплін, а саме:

Ф13 Майстер-клас із зображувальної журналістики	ПР7 Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
Ф14 Теорія соціальних комунікацій	ПР10 Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень ПР13 Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук
Ф16 Цільовий контент та візуалізація даних	ПР2 Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції ПР15 Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення

4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години				
	денна			заочна	
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	75	25	50	6	69
практичні	75	34	41	8	67
РАЗОМ	150	59	91	14	136

5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	ЛЕКЦІЇ	75
ПР2.1-Ф19 ПР14.1-Ф19	Тема 1. Соціальні мережі: основні поняття та сучасні тренди.	6
	1.1. SMM: місце у структурі сучасного онлайн-комунікацій.	
	1.2. Розуміння соціальних мереж. Огляд популярних соціальних мереж.	
	1.3. Причини використання соціальних медіа для журналістики та просування бізнесу.	
	1.4. Огляд цілей і можливостей соціальних мереж.	
ПР2.3-Ф19 ПР14.2-Ф19	Тема 2 Класифікація соціальних мереж, основні різновиди контенту.	8
	2.1. Типи соціальних мереж. Оптимізація вмісту для соціальних мереж та цільової аудиторії.	
	2.2. Різновид контенту у соціальних мережах.	
	2.3. Визначення цілей взаємодії в соціальних мережах.	
ПР2.2-Ф19 ПР5.2-Ф19	Тема 3. Стратегічне планування SMM.	8
	3.1. Обґрунтування цілей і задач інформаційних кампаній в соціальних мережах. Особливості формування SMM-стратегій на медіаринку України	
	3.2. Основні підходи до аналізу цільової аудиторії.	
	3.3. Аналіз конкурентів. Методи та критерії оцінки. Основна метрика порівняння.	
	3.4. Знайомство з інструментами та програмами метрики соціальних медіа.	
ПР5.1-Ф19 ПР17.1-Ф19	Тема 4. Формування комунікації у Facebook.	6
	4.1. Структура Facebook: сторінки та профілі.	
	4.2. Налаштування сторінки та ритм публікації.	
	4.3. Використання реклами у Facebook	
ПР14.1-Ф19 ПР17.2-Ф19	Тема 5. Стратегія просування в Instagram.	8
	5.1. Контент для Instagram: візуал та текст. Візуальні редактори для створення та обробки контенту.	
	5.2. Контент-план та відстеження ефективності контенту	
	5.3. Генерація ідей та схеми тексту.	
	5.4. Просування в Instagram. Лідери думок: аналіз, підбір та нюанси роботи з інфлюенсерами.	
	5.5. SMM-механіка у соціальних мережах. Колаборації, партнерства, розіграші подарунків (giveaway), конкурси для роботи з медіа.	
ПР5.1-Ф19 ПР17.1-Ф19	5.6. Оцінка SMM ефективності в Instagram.	6
	Тема 6. Особливості просування в месенджерах.	
	6.1. Створення каналів та груп у месенджерах. Використання ботів для розміщення публікацій.	
	6.2. Робота зі статистикою та відгуками.	
	6.3. Розробка чат-ботів для комунікацій з цільовою аудиторією.	

ПР5.2-Ф19, ПР5.3-Ф19	Тема 7. Таргетинг в системі медіадіяльності.	8
	7.1. Створення акаунту та робота з Ads Manager.	
	7.2. Запуск та налаштування реклами через Ads Manager.	
	7.3. Підготовка та сегментація аудиторії для рекламних кампаній.	
	7.4. Види і типи рекламних кампаній. Планування бюджету.	
	7.5. KPI, ремаркетинг та аналіз ефективності кампаній.	
ПР14.2-Ф19	Тема 8. Рекламні креативи.	7
	8.1. Формати креативів та обов'язкові складові для них.	
	8.2. Брендбук як основа візуальної концепції бренду в соцмережах.	
	8.3. Правила оформлення профілю в Instagram та Facebook. Тренди візуального оформлення соцмереж.	
ПР17.3-Ф19	Тема 9. Tone of Voice. Коментарі, особисті повідомлення, реакції на негатив.	6
	9.1. Сутність та поняття Tone of Voice.	
	9.2. Механізм роботи з коментарями та в особистих повідомленнях.	
	9.3. Типи підписників.	
ПР17.3-Ф19	Тема 10. Етика та правові аспекти в SMM журналістиці	6
	10.1 Дотримання авторських прав, законодавства; етичні стандарти.	
	10.2 Взаємодія з аудиторією Робота з негативом.	
ПР2.1-Ф19 ПР14.1-Ф19	Тема 11. SMM як інструмент журналістської комунікації	6
	11.1 Інформаційні кампанії; медіапроекти.	
	11.2 Застосування SMM у журналістиці.	
	ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ	75
ПР2.2-Ф19	Тема 1. Аналіз цільової аудиторії методом 5W М. Шеррингтона. Формулювання характеристик цільової аудиторії, профіля підписника.	8
ПР5.3-Ф19	Тема 2. Аналіз соціальних мереж: види соціальних мереж; тип контенту в соціальних мережах, аналіз структури контенту, аналіз статистики соціальних мереж. Аналіз соціальних мереж українських медіа.	8
ПР5.2-Ф19	Тема 3. Інструменти управління командними медіапроектами в контексті SMM. Засоби автоматизації та моніторингу, синхронізація різних платформ.	8
ПР2.2-Ф19	Тема 4. Формулювання цілей взаємодії у соціальних мережах. Типи SMM стратегій. Можливості планування SMM-кампаній. Обґрунтування SMM стратегії.	8
ПР5.1-Ф19	Тема 5. Визначення основних інструментів просування в соціальних мережах. Робота з рекламними інструментами соціальних мереж.	8
ПР14.1-Ф19, ПР14.2-Ф19	Тема 6. Робота з контентом. Оптимізація контенту відповідно до соціальних мереж та аудиторій. Створення і реалізація контент-плану, рубрикація. Візуал: дизайн програми для SMM. Організація зйомки. Створення візуалу.	11
ПР5.2-Ф19	Тема 7. Огляд рекламних можливостей, цілей в Ads Manager. Налаштування реклами, створення аудиторії.	8
ПР5.3-Ф19	Тема 8. Показники ефективності SMM. Варіанти запуску реклами та параметри, за якими відстежуватимемо	8

	ефективність запущеної реклами: відображення потрібних показників.	
ПР17.2-Ф19, ПР17.3-Ф19	Тема 9. Місце ситуативного контенту в SMM. Робота з аудиторією, коментарями і негативом.	8
РАЗОМ		150

6 СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового

контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольна робота	відповіді на контрольні запитання	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента
	індивідуальні завдання	виконання завдань під час практичних занять та самостійної роботи		

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольної роботи. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного та індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком складовим опису кваліфікаційного рівня за НРК, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточною.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожної складової опису кваліфікаційного рівня за НРК.

6.3. Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерію використовується

коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де a – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення; m – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання для
6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
Знання		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
Уміння/навички		
♦ поглиблені когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - обирати адекватні методи та інструментальні засоби; - збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію; - використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання	95-100
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
діяльності або навчання	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
Комунікація		
♦ донесення до фахівців і нефаківців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації; ♦ збір, інтерпретація та застосування даних; ♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово	Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді); - правильність відповідей на запитання; - доречна техніка відповідей на запитання; - здатність робити висновки та формулювати пропозиції	95-100
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі.	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікацій, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
Відповідальність і автономія		
♦ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами; ♦ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах; ♦ формування суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на: 1) управління комплексними проектами, що передбачає: - дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію; - здатність до роботи в команді; - контроль власних дій; 2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає: - обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів; - самостійність під час виконання поставлених завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	95-100
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості	74-79

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікацій, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	(не реалізовано шість вимог)	
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365, доступ до безкоштовної платформи Canva, мобільних додатків Instagram, Facebook, Telegram, VN, Inshot, доступ до лабораторії медіакомунікацій, кіностудії «Юність».

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Adornato A. Mobile and social media journalism : a practical guide. Los Angeles : CQ Press ; Thousand Oaks : SAGE, 2018. 280 p.
2. Developing a Social Media Strategy. URL: <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/social-media-marketingstrategy/>
3. Sara Bartoloni Twenty years of social media marketing: A systematic review, integrative framework, and future research agenda. International Journal of Management Reviews 26(8). 2023. DOI:10.1111/ijmr.12360
4. Гарматій О., Онуфрив С. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Журналістика. 2021. № 2 (2). С. 45–52. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23700/9.pdf>
5. Куваєва Т., Баржак Є. Просування товарів медичного призначення у соціальних мережах. Економіка та суспільство, 2021. (33) DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-66>
6. Tetiana Kuvaieva, Nataliia Shynkarenko, Kateryna Pilova. B2B Digital Marketing Communications Research During the Covid 19 Pandemic. *ASEJ - Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law*. Vol. 25, No 1 (2021). <https://doi.org/10.19192/wsfp.sj1.2021.1>
7. Куваєва Т., Решетілова Т. Дослідження споживачів у процесі створення та розповсюдження інноваційних товарів. *Економічний простір*, 2021. №168, 67-71.
8. Ліллей Рой. Як взаємодіяти з проблемними людьми. пер. з англ. В. Пунько. Харків. Вид-во «Ранок». Фабула, 2021. 160 с.

9. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку В2С. *Маркетинг і цифрові технології: науковий журнал. Том 1, № 1. Одеса: вид-во "ТЕС", 2017. С. 20-33.*
10. John Hughes A Beginner's Guide to Using Facebook Marketing to Boost Sales. 2021. Retrieved from: <https://prettylinks.com/blog/a-beginners-guide-to-using-facebook-as-a-marketing-tool/>
11. Dean, B. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2021? Retrieved from: <https://backlinko.com/social-media-users>
12. Jules, B. Social Media Strategy: The Key to Crowdfunding Success Retrieved from: <https://www.easyship.com/blog/social-media-for-crowdfunding>
13. Wilson Y. The social media journalist handbook. London : Routledge, 2018. 240 p.
14. Gama, T. Ready to crowdfund using social media? Retrieved from: <https://sheleadsafrica.org/crowd-funding-social-media/>
15. Marrs, M. 7 Ways to Use Facebook for Marketing. Retrieved from: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2013/04/15/facebook-marketing>
16. Chaffey, D. Digital marketing trends: 25 practical recommendations to implement Smartinsights. Retrieved from: <https://www.statista.com/>
17. Мудра І. Історія розвитку українських соціальних мереж і месенджерів та їх значення для журналістів. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Журналістика. 2024. № 2 (8). С. 56–67. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2024/jul/35345/10.pdf>
18. Бакаєвич Ю. Журналістика рішень у нових медіа: специфіка контенту та способи просування. Образ. 2024. № 4 (46). URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50296/1/Y_Bakaievych_Obraz_4_46_2024_FZ_H.pdf
19. Примбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co : короткий посібник. Київ : Press Club Ukraine, 2019. 48 с. URL: https://pressclub.te.ua/wp-content/uploads/2019/03/Stefan_Primbs_short.pdf

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«SMM-технології»

**для бакалаврів освітньо-професійної програми «Журналістика»
зі спеціальності 061 Журналістика**

Розробниця:

Куваєва Тетяна Володимирівна

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ
у Національному технічному університеті
«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19