

# **АНАЛІТИЧНА ДОВІДКА**

про роботу наукового гуртка

## **«SMM та таргетинг»**

за 2025–2026 навчальний рік

### **1. Загальна характеристика діяльності гуртка**

Науковий гурток «SMM та таргетинг», що функціонує при кафедрі інженерних систем та технологій, спрямований на формування у здобувачів освіти практичних компетентностей у сфері цифрового маркетингу, просування брендів у соціальних мережах та використання інструментів таргетованої реклами.

Основною метою гуртка є підготовка студентів до роботи в сучасному цифровому середовищі шляхом формування навичок розробки комплексних SMM-стратегій та використання актуальних інструментів соціальних медіа .

Засідання гуртка проводяться у дистанційному форматі в гуглміт з періодичністю 2–3 рази на місяць відповідно до затвердженого плану роботи. Для завантаження матеріалів і комунікації між учасниками гуртка створено гуглкласрум, куди після засідання завантажуються матеріали.

### **2. Основні напрями роботи**

Діяльність гуртка охоплює такі ключові напрями:

- вивчення основ SMM та таргетингу;
- аналіз сучасних соціальних мереж і їх функціоналу;
- дослідження поведінки цільової аудиторії та формування її портрета;
- розробка SMM-стратегій;
- створення текстового та візуального контенту;
- робота з аналітикою та метриками ефективності;
- освоєння інструментів просування (таргетинг, інфлюенсери, конкурси, партнерства) .

Зміст роботи гуртка відповідає сучасним тенденціям розвитку цифрового маркетингу та орієнтований на практичне застосування знань.

### **3. Організація навчальної діяльності**

Робота гуртка здійснюється відповідно до затвердженого плану на 2025–2026 навчальний рік, який включає 21 тематичне засідання .

Тематика занять охоплює:

- базові поняття соціальних мереж;
- роль SMM-менеджера;

- аналіз аудиторії та трендів;
- створення стратегії просування;
- копірайтинг і контент-планування;
- візуальний контент;
- функціонал платформ (зокрема Facebook);
- аналітику та оцінювання ефективності;
- інструменти просування (таргетинг, блогери, конкурсні механіки тощо).

#### **4. Практична спрямованість діяльності**

Особливістю роботи гуртка є практико-орієнтований підхід до навчання.

Протягом навчального року учасники працюють над комплексним практичним кейсом, що передбачає:

- вибір реального або вигаданого бренду;
- формування цілей і задач просування;
- визначення унікальної торгової пропозиції (УТП);
- сегментацію цільової аудиторії;
- розробку контент-стратегії (рубрикатор, контент-план, календар активностей);
- створення ігрових та залучаючих механік;
- планування співпраці з інфлюенсерами та амбасадорами.

Результатом роботи є підготовка повноцінного SMM-проекту, що має практичну цінність і може бути використаний у реальній професійній діяльності.

#### **5. Результати діяльності гуртка**

У ході роботи гуртка студенти:

- набувають практичних навичок роботи у сфері SMM;
- формують навички аналітичного мислення та роботи з аудиторією;
- освоюють сучасні інструменти цифрового маркетингу;
- отримують досвід розробки комплексних маркетингових стратегій;
- розвивають навички презентації та захисту власних проєктів.

Підсумком діяльності є презентація індивідуальних або групових проєктів, що демонструють сформовані професійні компетентності.

#### **6. Публікаційна активність членів гуртка за 2025-26 навчальний рік**

1. Вишемірська Я.С., Вишемірський Є.Д., Комелягіна А.О., Інформаційно-комунікаційні технології як інструмент управління: використання соціальних мереж у маркетингу, Збірник IV студентської науково-практичної конференції "Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку в умовах геополітичних трансформацій", 14 квітня 2026р. (Київ, Україна)

2. Вишемірська Я.С., Каракаш'ян Д.В., Використання оптимізаційних моделей для прийняття управлінських рішень, Збірник IV студентської науково-практичної конференції "Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку в умовах геополітичних трансформацій", 14 квітня 2026р. (Київ, Україна)

3. Вишемірська Я.С., Комелягіна А.О., Геоінформаційні технології як інструмент цифрової трансформації екологічного менеджменту. Збірник Міжнародної науково-практичної конференції «Екосистема майбутнього: міждисциплінарний діалог про сталий розвиток», 15-16 квітня 2026 року, м. Київ, Україна, с.,

4. Вишемірська Я.С., Вишемірський Є.Д., Дистанційний екологічний моніторинг як інструмент управління довкіллям у воєнний період. Збірник Міжнародної науково-практичної конференції «Екосистема майбутнього: міждисциплінарний діалог про сталий розвиток», 15-16 квітня 2026 року, м. Київ, Україна, с.,

5. Я. Вишемірська, Є. Вишемірський, А. Комелягіна, Геоінформаційні технології як інструмент цифрового управління природними ресурсами та екологічною безпекою, Збірник III науковопрактичної конференції "Практичні питання функціонування і відновлення об'єктів муніципальної інфраструктури та промисловості України в сучасних умовах", 4 грудня 2025р. (Київ, Україна). - К.:

6. Я. Вишемірська, Н. Омецинська, А. Комелягіна, Цифровізація екологічного менеджменту: роль геоінформаційних систем у моніторингу та прийнятті рішень, Збірник VI Міжнародної науково-практичної конференції Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського до 107-ї річниці від заснування університету, яка була проведена 16 жовтня 2025 р. -Київ: стор.174 DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-570-2-45>

## 7. Перспективи розвитку гуртка

Перспективи розвитку наукового гуртка пов'язані з розширенням його змістовного наповнення та переходом до комплексного підходу у підготовці здобувачів освіти у сфері цифрового маркетингу. Сучасні тенденції розвитку ринку свідчать, що SMM є лише складовою ширшої системи цифрових комунікацій, яка включає також SEO-оптимізацію, контекстну рекламу, аналітику та цифровий дизайн.

У зв'язку з цим доцільним є трансформування гуртка та його подальший розвиток у напрямі інтеграції різних інструментів цифрового просування. Передбачається розширення тематики занять за рахунок вивчення принципів пошукового просування (SEO), а також роботи з рекламними платформами, зокрема Google Ads, і налаштування контекстної реклами.

Окремий акцент планується зробити на формуванні навичок цифрового дизайну, оскільки візуальна складова є невід'ємною частиною ефективних комунікацій у соціальних мережах та інших онлайн-платформах. Це передбачає опанування базових інструментів графічного дизайну, створення брендovanого контенту та розвиток креативного мислення.

З метою відображення розширеного змісту діяльності пропонується оновлення назви гуртка на «Цифрові комунікації та медіадизайн», що більш повно відповідає сучасним вимогам ринку та відображає міждисциплінарний характер підготовки.

У перспективі також передбачається активізація практичної складової через залучення реальних кейсів, можливу участь у професійних конкурсах і проектах, що сприятиме підвищенню якості підготовки студентів та їх конкурентоспроможності на ринку праці.

## **8. Висновки**

Робота наукового гуртка «SMM та таргетинг» у 2025–2026 навчальному році є системною, актуальною та практико-орієнтованою.


Зміст занять відповідає сучасним вимогам ринку цифрового маркетингу, а організація навчального процесу забезпечує формування у студентів прикладних навичок, необхідних для професійної діяльності.

Гурток сприяє розвитку творчого потенціалу студентів, їх професійній орієнтації та підвищенню конкурентоспроможності на ринку праці.

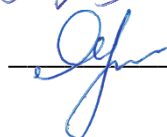
Посилання на гуглкласрум гуртка

<https://classroom.google.com/c/ODQ2MzQ1ODEwODQ2?cjc=gn4sjeit>

Завідувач кафедри

 Наталія ОМЕЦИНСЬКА

Керівник гуртка

 Ярослава ВИШЕМІРСЬКА

Затверджено на засіданні кафедри інженерних систем та технологій

Протокол № 12 від 24.04.2026