



КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан

_____ доц. А.В. Стасишин
(підпис)

“ ____ ” _____ 2020 р.

РОБОЧА
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

_____ Бізнес у соціальних мережах _____

(назва навчальної дисципліни)

Дисципліна вільного вибору студента

освітній ступінь: _____ бакалавр _____
(бакалавр/магістр)

форма навчання: _____ денна _____
(денна, заочна)

ЛЬВІВ 2020

Робоча програма навчальної дисципліни вільного вибору “Бізнес у соціальних мережах” для студентів освітнього ступеня бакалавр денної форми навчання.

“ ___ ” _____ 2020 року – 25 с.

Розробник: Шевчук І.Б., зав. кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики, д.е.н., доцент.

Розглянуто та ухвалено на засіданні кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики

Протокол № 6 від “21” січня 2020 р.

Завідувач кафедри _____
(підпис)

Шевчук І.Б.
(прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу

Протокол № 7 від “23” січня 2020 р.

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	6
3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	6
4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	7
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	8
6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ	9
7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ	10
7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять	10
7.2. Календарно-тематичний план семінарських занять, заліків по модулях, контрольних робіт	11
7.3. Графік консультацій	12
8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	12
9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ	14
9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів	14
9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів	15
9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю	17
10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	18
11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ	18
12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	21
13. ЗМІНИ І ДОПОВНЕННЯ ДО РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ	23

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Предмет навчальної дисципліни

Предметом дисципліни “Бізнес у соціальних мережах” є загально-теоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів.

Мета навчальної дисципліни

Мета вивчення дисципліни “Бізнес у соціальних мережах” – сформувані у студентів необхідний обсяг теоретичних і практичних знань про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах.

Основні завдання

Основні завдання дисципліни “Бізнес у соціальних мережах” – сприяння оволодінню студентами навичками організації бізнесу в соціальних мережах; вивчення механізмів просування бізнесу в соціальних мережах; формування знань щодо оцінки ефективності роботи в соціальній мережі; вивчення принципів побудови SMM-стратегії.

Вимоги до знань і умінь

Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студента, за якого він повинен:

а) знати

- що таке соціальна мережа, які є соціальні мережі, які функції вони виконують, що означає управляти соціальною мережею;
- переваги роботи в соціальній мережі;
- інтереси бізнесу і можливості його розвитку в соціальних мережах;
- основні соціальні мережі, в яких можна ефективно побудувати бізнес;
- способи просування в соціальних мережах;
- критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах;
- формули продажного копірайтингу;

б) уміти

- володіти технологією роботи у Facebook, Instagram, Telegram, YouTube;
- створювати стратегії просування в соціальних мережах;

- визначати головні завдання кампанії просування;
- вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти;
- створювати і розвивати групи в соціальних мережах;
- визначати особливості поведінки цільової аудиторії;
- організовувати ефективні рекламні кампанії, акції;
- аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах;
- оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі;
- відрізнити аудиторію соціальних мереж і методи роботи в кожній з мереж;
- писати продажні пости;
- проводити самостійні дослідження соціальних мереж відповідно до розробленої програми;
- збирати і обробляти статистику Instagram-сторінки та Facebook-сторінки.

Опанування навчальною дисципліною повинно забезпечувати необхідний рівень сформованості вмінь:

Назва рівня сформованості вміння	Зміст критерію рівня сформованості вміння
1. Репродуктивний	Вміння відтворювати знання, передбачені даною програмою
2. Алгоритмічний	Вміння використовувати знання в практичній діяльності при розв'язуванні типових ситуацій
3. Творчий	Здійснювати евристичний пошук і використовувати знання для розв'язання нестандартних завдань та проблемних ситуацій

Навчальна програма складена на **3 кредити**.

Форми контролю – проміжний модульний контроль, залік.

2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ “БІЗНЕС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ”

Характеристика навчальної дисципліни							
Цикл дисциплін за навчальним планом: Цикл загальної (гуманітарної та загальноекономічної) підготовки				Освітній ступінь: бакалавр			
Курс: _____ 3 _____ Семестр: _____ VI _____				Методи навчання: Лекції, практично-семінарські заняття, самостійна робота, робота в бібліотеці, Інтернеті тощо.			
Кількість кредитів ECTS	Кількість годин	Кількість аудиторних годин	Лекції	Семінари, практичні, лабораторні	Заліки по модулях (контрольні роботи)	Самостійна робота студента (СРС)	Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)
3	90	32	16	14	2	46	12
Кількість тижневих годин		Кількість змістових модулів (тем)		Кількість заліків по модулях /контрольних робіт		Вид контролю	
2		7		1		ПМК, залік	

3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Номер теми	Назва теми
Тема 1.	Феномен соціальних мереж
Тема 2.	Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах
Тема 3.	Копірайтинг
Тема 4.	Соціальні мережі як бізнес-майданчик
Тема 5.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах
Тема 6.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах
Тема 7.	Ефективність роботи в соціальних мережах

4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Феномен соціальних мереж

Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукошляків. Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах.

ТЕМА 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах

Активність користувачів у соціальних мережах. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж. Десять ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.

ТЕМА 3. Копірайтинг

Копірайтинг та його види. Особливості та правила написання постів. Стили написання текстів. Загальні недоліки рекламних текстів. Форматування та оформлення публікацій. Формули продажного копірайтингу. Вимоги до копірайтерів.

ТЕМА 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик

Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Профіль у соціальній мережі як резюме. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. Як вибрати платформу. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах. Зарубіжний досвід використання соціальних мереж у власному бізнесі.

ТЕМА 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах

Що просувати? Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах. Кроспостинг. Таргетинг. Особливості запуску таргетингової реклами. Ретаргетинг. Причини неефективності таргетингової реклами. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. Сучасні тренди просування у соціальних мережах. Незвичайний бізнес у соціальних мережах.

ТЕМА 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах

Що таке SMM? SMM-фахівець. SMM-стратегія. Контент-план. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту. Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Як самому навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM.

ТЕМА 7. Ефективність роботи в соціальних мережах

Основні метрики і КРІ в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах. Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram-акаунта.

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Губанов Д. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства. / Губанов Д., Чхартишвили А., Новиков Д. М.: Физматлит, 2010. 228 с.
2. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. Данько // Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
3. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. М. : Альпина Паблишер, 2013. 357 с.
4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Изд.: Альпина Паблишер, 2017. 344 с.
5. Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях. СПб: Сеть, 2011. 160 с.
6. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют себя говорить. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012. 339 с.
7. Филина О. Facebook-эффект для бизнеса и самопиара. Опыт человека, который собрал более 10 миллионов лайков. Книга-тренинг. / Филина О. Эксмо, 2015. 256 с.
8. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. / Халилов Д. 2-е изд. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.

Додаткова:

1. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов. ООО «Альпина Паблишер», 2018. 304 с.
2. Сенаторов А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. М.:

- Альпина Паблишер. 2015. 156 с.
3. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. Изд.: "Альпина Паблишер", 2017. 225с.
 4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с.

6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ

№ розділу, теми (змістові модулі)	Назва розділу, теми (змістового модуля)	Кількість годин за ОПІ			Розподіл аудиторних годин		
		всього	у тому числі		лекції	практично-семінарні	заліки по модулях, контрольні (контрольні роботи)
			аудиторні	СРС/ІР			
ЗАЛКОВИЙ МОДУЛЬ № 1							
Тема 1.	Феномен соціальних мереж	10	4	6/-	2	2	-
Тема 2.	Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	10	4	6/-	2	2	-
Тема 3.	Копірайтинг	10	4	6/-	2	2	-
Тема 4.	Соціальні мережі як бізнес-майданчик	10	4	6/-	2	2	-
Тема 5.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	10	4	6/-	2	2	-
Тема 6.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	14	6	8/4	4	2	
Тема 7.	Ефективність роботи в соціальних мережах	14	6	8/8	2	2	2
Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)		12	-	-/12	-	-	-
Разом годин		90	32	58	16	14	2

7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ

7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять

№ заня- ття	Тема та короткий зміст заняття	Кіль- кість годин
1	2	3
ЗАЛКОВИЙ МОДУЛЬ № 1		
Тема 1. Феномен соціальних мереж		2
1.	Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукоштованих. Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах.	2
Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах		2
2.	Активність користувачів у соціальних мережах. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж. Десять ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.	2
Тема 3. Копірайтинг		2
3.	Копірайтинг та його види. Особливості та правила написання постів. Стили написання текстів. Загальні недоліки рекламних текстів. Форматування та оформлення публікацій. Формули продажного копірайтингу. Вимоги до копірайтерів.	2
Тема 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик		2
4.	Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Профіль у соціальній мережі як резюме. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. Як вибрати платформу. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах. Зарубіжний досвід використання соціальних мереж у власному бізнесі.	2

1	2	3
Тема 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних		2
5.	Що просувати? Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах. Кроспостинг. Таргетинг. Особливості запуску таргетингової реклами. Ретаргетинг. Причини неефективності таргетингової реклами. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. Сучасні тренди просування у соціальних мережах. Незвичайний бізнес у соціальних мережах.	2
Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах		4
6.	Що таке SMM? SMM-фахівець. SMM-стратегія. Контент-план. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту.	2
7.	Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Як самому навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM.	2
Тема 7. Ефективність роботи в соціальних мережах		4
8.	Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах. Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram-акаунта.	2
Разом годин		16

7.2. Календарно-тематичний план семінарських занять, заліків по модулях, контрольних робіт

№ заняття	Тема семінарського заняття. Контрольні роботи (заліки по модулях)	Кількість годин
1	2	3
ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1		
	Тема 1. Феномен соціальних мереж	2
1.	Практично-семінарське заняття № 1	2
	Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	2

1	2	3
2.	Практично-семінарське заняття № 2	2
	Тема 3. Копірайтинг	2
3.	Практично-семінарське заняття № 3	2
	Тема 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	2
4.	Практично-семінарське заняття № 4	2
	Тема 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	2
5.	Практично-семінарське заняття № 5	2
	Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	2
6.	Практично-семінарське заняття № 6	2
	Тема 7. Ефективність роботи в соціальних мережах	2
7.	Практично-семінарське заняття № 7	2
8.	Контрольна робота (залік по модулях)	2
	Разом практично-семінарське заняття	14
	Разом контрольні роботи, заліки по модулях (ЗМ)	2
	Разом годин	16

7.3. Графік консультацій

№ з/п	Назва розділу, теми, зміст консультації	К-ть годин
1.	Консультація до тем 1-7	3
2.	Консультації по виконанню практично-семінарське робіт	2
3.	Консультація по організації та виконанню самостійної роботи студентів	1,5
	Разом годин	5,5

8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

1. Поняття соціальної мережі.
2. Теорія шести рукоштованих та п'яти кліків.
3. Види та класифікація соціальних мереж.

4. Функціонал соціальних мереж.
5. Користувачі соціальних мереж.
6. Небезпеки соціальних мереж.
7. Безпека у соціальних мережах.
8. Активність користувачів у соціальних мережах.
9. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж.
10. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах.
11. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа.
12. Правила мережного етикету.
13. Копірайтинг та його види.
14. Особливості та правила написання постів.
15. Стили написання текстів.
16. Загальні недоліки рекламних текстів.
17. Форматування та оформлення публікацій.
18. Формули продажного копірайтингу.
19. Вимоги до копірайтерів.
20. Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах.
21. Використання соціальних мереж для пошуку роботи.
22. Профіль у соціальній мережі як резюме.
23. Основні способи заробітку у соціальних мережах.
24. Причини невдач у роботі із соціальними мережами.
25. Як вибрати платформу.
26. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах.
27. Що просувати?
28. Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах.
29. Кроспостинг.
30. Таргетинг.
31. Особливості запуску таргетингової реклами.
32. Ретаргетинг.
33. Причини неефективності таргетингової реклами.
34. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах.
35. Сучасні тренди просування у соціальних мережах.
36. Що таке SMM?
37. SMM-фахівець.
38. SMM-стратегія.
39. Контент-план.
40. Типи і способи курування контенту.
41. Правила успішного курування контенту.
42. Інструменти підбору контенту.

43. Методи SMM просування.
44. Аутсорсинг SMM.
45. Бюджет на SMM-кампанію.
46. Вартість SMM розкрутки.
47. Інструменти просування в соціальних мережах.
48. Тренди в SMM.
49. Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу.
50. Метрики Facebook.
51. Ключові метрики Instagram.
52. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.
53. Статистика сторінок Facebook.
54. Аналітика Instagram-акаунта.

9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Методи оцінювання знань студентів: поточний контроль, оцінка за індивідуальне завдання та виконану самостійну роботу, підсумковий модульний контроль.

Бали студентам нараховуються за:

1. здачу проектів на семінарських заняттях,
2. виконання самостійних робіт та індивідуального завдання,
3. написання контрольної модульної роботи.

Оцінювання рівня знань студентів на лабораторних заняттях проводиться за 5-ти бальною шкалою (від 1 до 5 балів).

Порядок вивчення та оцінювання дисципліни доводиться до відома студентів протягом семестру.

9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів

Поточний та модульний контроль		СР	ІНДЗ	РАЗОМ – 100 балів
Заліковий модуль № 1				
Практично-семінарські заняття	КМР			
35	40	15	10	

9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів

№ з/п	Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
1. Бали поточної успішності за участь у практично-семінарських заняттях			
Критерії оцінювання		5 балів	
	<ul style="list-style-type: none"> - розгорнутий, вичерпний виклад змісту питання; - повний перелік необхідних для розкриття змісту питання категорій та правильне розкриття їх змісту; - здатність здійснювати порівняльний аналіз різних теорій, концепцій, підходів та самостійно робити логічні висновки і узагальнення; - уміння користуватись методами наукового аналізу економічних явищ, процесів і характеризувати їх риси та форми виявлення; - демонстрація здатності висловлення та аргументування власного ставлення до альтернативних поглядів на дане питання; - використання актуальних фактичних та статистичних даних, матеріалів останніх подій в економічній, інформаційній, інформатизаційній та політичній сфері в країні та за її межами; - знання необхідних законів і нормативних матеріалів України, міжнародних та міждержавних угод, обов'язкове посилання на них під час розкриття питань; 	5	
	<ul style="list-style-type: none"> - при розкритті змісту питання в цілому правильно за зазначеними вимогами, все ж таки студентом допущені помилки під час використання цифрового матеріалу, посилання на конкретні історичні періоди та факти, неточності у формулюванні термінів і категорій, проте з допомогою викладача він швидко орієнтується і знаходить правильні відповіді; - порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття хоча б одного з пунктів, указаних вище (якщо він потрібний для вичерпного розкриття питання); 	4	
	<ul style="list-style-type: none"> - одночасно мають місце обидва типи недоліків, які окремо характеризують критерії оцінки «добре»; - відповідь малообґрунтована, неповна; - студент не знайомий з законодавчими матеріалами, матеріалами сучасних публікацій із загальноекономічних питань, питань інформатизації, питань соціальних медіа тощо; 	3	

<ul style="list-style-type: none"> - студент лише з допомогою викладача може зрозуміти та виправити свої помилки; - порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття двох з пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання); 	
<ul style="list-style-type: none"> - одночасно мають місце два чи більше типів недоліків, які окремо характеризують критерії оцінки «задовільно»; - у відповіді відсутні належні докази і аргументи, зроблені висновки не відповідають загальноприйнятим, хибні; - допущені грубі помилки і студент не може їх виправити; - порівняно з відповіддю на найвищий бал не зроблено розкриття трьох чи більше пунктів, указаних вище (якщо вони потрібні для вичерпного розкриття питання); 	2
<ul style="list-style-type: none"> - характер відповіді дає підставу стверджувати, що студент неправильно зрозумів суть питання чи не знає правильної відповіді; - студент не готовий до заняття. 	0-1
2. Самостійна робота студентів (СРС)	
Критерії оцінювання	15 балів
- самостійна робота виконана у зазначений термін, у повному обсязі, без помилок і зарахована;	15
- самостійна робота виконана у зазначений термін, у повному обсязі, зарахована, але є незначні помилки;	12
- самостійна робота виконана з порушенням терміну її виконання, або (та) при відсутності заповненої податкової звітності і зарахована при умові її доопрацювання;	9
- самостійна робота виконана у неповному обсязі і зарахована при умові її доопрацювання;	6
- самостійна робота виконана у неповному обсязі, або (та) при наявності значних помилок і зарахована при умові її доопрацювання;	0-3
- самостійна робота не виконана або не зарахована	
3. Залік по модулю, контрольна робота	
Критерії оцінювання	5 балів
▪ робота виконана у повному обсязі	40
▪ виконано не більше 100% завдань	33-39
▪ виконано не більше 80% завдань	25-32
▪ виконано не більше 60% завдань	17-24
▪ виконано не більше 40% завдань	9-16
▪ виконано не більше 20% завдань	1-8
▪ робота не виконана або не зарахована	0

4. Індивідуальна робота студента (ІНДЗ)	
Критерії оцінювання	10 балів
завдання виконане у зазначений термін, у повному обсязі і без помилок	10
завдання виконане у зазначений термін, у повному обсязі, але є незначні помилки	8
завдання виконане у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну виконання, або (та) при наявності значних помилок	4
завдання виконане із суттєвими помилками	4
завдання не виконане або тільки розпочато процес побудови коду програми.	0-2

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю становить 100.

Успішність навчання студентів оцінюється за шкалою: зараховано/ незараховано. Для отримання “зараховано” студент повинен під час семестру набрати 51 чи більше балів із 100 можливих. “Зараховано” заслуговує студент, який під час семестру продемонстрував знання навчального матеріалу в обсязі, потрібному для подальшого навчання та майбутньої професійної діяльності. “Незараховано” виставляється у тому випадку, коли він під час семестру набрав менше 51 балу із 100. Оцінка “незараховано” означає, що студент не достатньо повно вивчив основний теоретичний матеріал, допускає грубі помилки у відповідях, не набув необхідних вмінь та знань, передбачених програмою дисципліни.

9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю

Оцінка за шкалою ECTS	Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою
A	90 – 100	Зараховано
B	81-89	
C	71-80	
D	61-70	
E	51-60	
FX	21-50	Не зараховано
F	0-20	Не зараховано (без права перездачі)

Студенти, що отримали сумарний бал в межах від 21 до 50 за національною шкалою, отримують оцінку FX за шкалою ECTS та скеровуються на повторне складання заліку.

10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчально-методичне та наукове забезпечення кредитно-модульної системи організації навчального процесу з навчальної дисципліни “Бізнес у соціальних мережах” включає:

- державні стандарти освіти;
- навчальні та робочі навчальні плани;
- навчальну програму;
- робочу програму;
- плани семінарських занять та методичні матеріали з їх проведення;
- методичні матеріали до виконання самостійної та індивідуальної роботи;
- індивідуальні завдання;
- завдання для підсумкового модульного контролю;
- законодавчі та інструктивно-методичні матеріали;
- підручники і навчальні посібники.

11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

Проблемні лекції направлені на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами. При читанні лекцій студентам даються питання для самостійного обмірковування. Студенти здійснюють коментарі самостійно або за участю викладача.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лабораторні заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду спілкування.

Мозкові атаки – метод розв’язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити якомога більшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію

Кейс-метод – розгляд, аналіз конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для

представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань тощо.

Банки візуального супроводження – сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності:

- Навчально-методичні матеріали з вивчення навчальної дисципліни.
- Інтерактивні посібники, підручники.
- Структурно-логічні схеми та інший ілюстративний матеріал.
- Відео-уроки та відео-демонстрації в мережі Інтернет.

Використання навчальних технологій для активізації процесу навчання з дисципліни

Тема 1. Феномен соціальних мере	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Види та класифікація соціальних мереж. 2. Функціонал соціальних мереж.
Мозкові атаки	Мозкова атака пов'язана із доцільністю застосуванням соціальних мереж для організації та ведення бізнесу.
Презентації	Матеріалу лекції. Функціональних відмінностей різних соціальних мереж.
Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	
Презентації	Матеріалу лекції. Різних видів активностей користувачів у соціальних мережах.
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. 2. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа.
Тема 3. Копірайтинг	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Особливості та правила написання постів. 2. Стилї написання текстів. 3. Форматування та оформлення публікацій. 4. Формули продажного копірайтингу.
Мозкові атаки	Мозкова атака щодо вибору стилю написання постів у соціальних мережах.
Презентації	Матеріалу лекції. Прикладів різних типів постів.

Тема 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Основні способи заробітку у соціальних мережах. 2. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. 3. Як вибрати платформу.
Кейс-метод	Вибір найкращої платформи.
Презентації	Матеріалу лекції.
Тема 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Кроспостинг. 2. Таргетинг. 3. Причини неефективності таргетингової реклами. 4. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. 5. Сучасні тренди просування у соціальних мережах.
Кейс-метод	Критерії визначення ефективної таргетингової реклами.
Презентації	Матеріалу лекції. Прикладів ефективної таргетингової реклами.
Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. SMM-стратегія. 2. Контент-план. 3. Курування контенту.
Презентації	Матеріалу лекції. SMM-стратегії.
Тема 7. Опрацювання текстових даних	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Основні метрики і КРІ в інтернет-маркетингу. 2. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.
Кейс-метод	Вибір найкращих метрик для різних соціальних мереж.
Презентації	Матеріалу лекції. Функціоналу різних сервісів для відслідковування активності у соціальних мережах.

12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Ресурси мережі Інтернет	Ресурси мережі Факультету з навчальної дисципліни
<p>1. 45 основных терминов в SMM-продвижении [Електроний ресурс]. - Режим доступу: http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/</p> <p>2. 5 правил ведения бизнеса в социальных сетях на примере Facebook [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-v-socialnykh-setyakh-na-primere-facebook/</p> <p>3. 6 Facebook-метрик, которые необходимо отслеживать [Електроний ресурс]. - Режим доступу: https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotorye-neobkhodimo-otslezhivat/</p> <p>4. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. [Електроний ресурс]. - Режим доступу: https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagram/</p> <p>5. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях [Електроний ресурс]. - Режим доступу: https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html</p> <p>6. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? [Електроний ресурс]. - Режим доступу: https://supa.ru/blog/posts/kak-proviesti-analitiku-instagram-akkaunta</p> <p>7. Как составить контент-план на год [Електроний ресурс]. - Режим доступу: https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/</p> <p>8. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради</p>	<p>– Навчальна програма з навчальної дисципліни „Бізнес у соціальних мережах”</p> <p>– Робоча програма з навчальної дисципліни „Бізнес у соціальних мережах”</p> <p>– Підручники</p> <p>– Методичні рекомендації з виконання самостійної роботи (СРС)</p> <p>– Методичні рекомендації та ІНДЗ</p> <p>– Засоби діагностики знань студентів з навчальної дисципліни</p> <p>– Плани семінарських занять дисципліни</p>

Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analytyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>

9. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>

10. Социальный бизнес с компанией NU SKIN [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-media-guidelines/social-media-guidelines-ru.pdf>

11. Стадный инстинкт: как работает бизнес в социальных сетях и насколько велик этот рынок? [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://ageyenko.ua/business/2016/05/24/stadnyj-instinkt-kak-rabotaet-biznes-v-sotsialnyh-setjah-i-naskolko-velik-etot-rynok/>

12. Статистика Инстаграм: 5 метрик для продвижения аккаунта в 2019 [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://rusability.ru/internet-marketing/statistika-instagram-5-metrik-dlya-prodvizheniya-akkaunta-v-2019/>

13. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/>

14. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях [Электроний ресурс]. - Режим доступу: <https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-po-plechu/>

