

АНОТАЦІЯ ЗМІСТУ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Бізнес у соціальних мережах

(назва навчальної дисципліни)

Вибіркова

(нормативна/вибіркова)

Цикл загальної (гуманітарної та соціально-економічної) підготовки

(цикл дисциплін за навчальним планом)

Предмет навчальної дисципліни

Предметом дисципліни “Бізнес у соціальних мережах” є загальнотеоретичні 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” – сформуванню у студентів необхідний обсяг теоретичних і практичних знань про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах.

Основні завдання

- 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

а) знати

- 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;

б) уміти

- створювати стратегії просування в соціальних мережах;
- визначати головні завдання кампанії просування;
- вибрати 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.

Зміст навчальної дисципліни за темами

Номер теми	Назва теми
Тема 1.	Феномен соціальних мереж.
Тема 2.	Інструменти активності користувачів у соціальних мережах.
Тема 3.	Соціальні мережі як бізнес-майданчик.
Тема 4.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах.
Тема 5.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах.
Тема 6.	Ефективність роботи в соціальних мережах.
Тема 7.	Відслідковування продажів із соціальних мереж.
Тема 8.	Феномен соціальних мереж.

Викладач

(підпис)

Шевчук І. Б.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри економічної кібернетики.
Протокол № 1 від “27” серпня 2018 року.

В. о. завідувача кафедри
економічної кібернетики

(підпис)

Шевчук І. Б.