



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. Андрій СТАСИШИН

"31" серпня 2023 р.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Бізнес у соціальних мережах

(назва навчальної дисципліни)

Дисципліна вільного вибору студента

освітній ступінь: бакалавр
(бакалавр/магістр)

ЛЬВІВ 2023

Програма навчальної дисципліни вільного вибору “Бізнес у соціальних мережах” для студентів освітнього ступеня «бакалавр» денної форми навчання.

“27” серпня 2023 року – 10 с.

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

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

Протокол № 1 від “28” серпня 2023 р.

Завідувач кафедри


_____ (підпис)

Ірина ШЕВЧУК

_____ (прізвище, ініціали)

Розглянуто та ухвалено Вченою радою факультету управління фінансами та бізнесу

Протокол № 1 від “31” серпня 2023 р.

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

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” – сформувати 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

При вивченні дисципліни «Бізнес у соціальних мережах» *здобувачі вищої освіти набувають такі компетентності (здатність):*

ІК1 – Здатність розв’язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.

ЗК1 – Здатність реалізувати свої права і обов’язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК2 – Здатність зберігати моральні, культурні, наукові цінності та примножувати досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

ЗК3 – Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4 – Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК9 – Здатність до адаптації та дій в новій ситуації.

ЗК12 – Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК13 – Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

СК1 – Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях.

СК10 – Здатність використовувати сучасні джерела економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

СК12 – Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.

СК14 – Здатність поглиблено аналізувати проблеми і явища в одній або декількох професійних сферах з врахуванням економічних ризиків та можливих соціально-економічних наслідків.

Програмні результати навчання:

ПР01 – Асоціювати себе як члена громадянського суспільства, наукової спільноти, визнавати верховенство права, зокрема у професійній діяльності, розуміти і вміти користуватися власними правами і свободами, виявляти повагу до прав і свобод інших осіб, зокрема, членів колективу.

ПР02 – Відтворювати моральні, культурні, наукові цінності, примножувати досягнення суспільства в соціально-економічній сфері, пропагувати ведення здорового способу життя.

ПР03 – Знати та використовувати економічну термінологію, пояснювати базові концепції мікро- та макроекономіки.

ПР04 – Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.

ПР05 – Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).

ПР06 – Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації, ідей, проблем та способів їх вирішення до фахівців і нефахівців у сфері економічної діяльності.

ПР07 – Пояснювати моделі соціально-економічних явищ з погляду фундаментальних принципів і знань на основі розуміння основних напрямів розвитку економічної науки.

ПР09 – Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.

ПР10 – Проводити аналіз функціонування та розвитку суб'єктів

господарювання, визначати функціональні сфери, розраховувати відповідні показники які характеризують результативність їх діяльності.

ПР12 – Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.

ПР14 – Визначати та планувати можливості особистого професійного розвитку.

ПР21 – Вміти абстрактно мислити, застосовувати аналіз та синтез для виявлення ключових характеристик економічних систем різного рівня, а також особливостей поведінки їх суб’єктів.

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;
- організувати ефективні рекламні кампанії, акції;
- аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах;
- оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі;
- відрізняти 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 вмінь	Зміст критерію рівня сформованості вмінь
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. 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.	Штучний інтелект для створення та аналізу контенту
Тема 5.	Соціальні мережі як бізнес-майданчик
Тема 6.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах
Тема 7.	Чат-боти
Тема 8.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах
Тема 9.	Ефективність роботи в соціальних мережах

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. Феномен соціальних мереж

Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукоистикань. 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. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту ChatGPT. Notion AI. MidJourney. Serpstat.

ТЕМА 5. 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 6. 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 7. Чат-боти

Для чого потрібен бот у бізнесі? Види ботів за форматами взаємодії. Види ботів за призначенням. На яких платформах може жити чатбот? Що можуть чатботи різних платформ? Платформи для швидкого створення ботів. Facebook чат-боти. Чат-боти в Instagram. Чат-боти в Telegram. Бот @BotFather.

ТЕМА 8. 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 9. Ефективність роботи в соціальних мережах

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

4. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Brendan Kane One Million Followers. Audible Studios, 2019.
2. Ford J.E. Social Media Marketing for the Future: Strategies for 2022 & Beyond: Stay Ahead of the Competition. Leverage Changing Online Trends to Grow Your Business. 2022. 109 p.
3. Jason McDonald. Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. 2022. 467 p.
4. Ray Higdon, Jessica Higdon. Freakishly Effective Social Media for Network Marketing: Second Edition. 2022. 115 p.
5. Simon Kingsnorth. Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page, 2022. 3rd Edition. 416 p.
6. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.

7. Гріффітс Кріс. Посібник із креативного мислення / пер. з англ. У. Курганової. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. 288 с.
8. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. Данько // Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
9. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Харків: Фабула, 2019. 352 с.
10. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / Денис Каплунов; пер. О. Жукова. Київ: Видавництво Букшеф, 2022. 432 с.
11. Мак-Кі Р. Сторіноміка: маркетинг у пост рекламну епоху / Роберт Мак-Кі, Томас Джерас; пер. з англ. Є. Голобородько. Х.: Віват, 2019. 240 с.
12. Мартін Томас The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа: посібник. Харків: Фабула, 2020. 304 с.
13. Міхалко Майкл. 21 спосіб мислити креативно / пер. з англ. Т. Бойка. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2019. 400 с.
14. Робота із соціальними мережами: Посібник з питань використання соціальних мереж. Київ: Департамент преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні, 2020. 47 с.
15. Роулз Деніел. Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань. Київ: Фабула, 2021. 256 с.
16. Томпсон Дерек. Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу. Київ: Yakoboo publishing, 2018. 432 с.
17. Філановський О. Гра в бренди / Олексій Філановський. Київ: Наш формат, 2019. 176 с.
18. Шестакова А.В. SMM та аналітика ринку : навч. посібн. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. 215 с.
19. Щербаков С. Електронна книга Таргетована реклама в соціальних мережах. Просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram. Харків: Фоліо, 2018. 256 с.
20. Щербаков С. Таргетована реклама в соціальних мережах: просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram / Сергій Щербаков. Харків: Фоліо, 2018.

Додаткова:

1. Бергер Й. Заразливий. Психологія вірусного маркетингу. Чому товари та ідеї стають популярними / Йона Бергер, пер. з англ. О. Замойська. 4-е вид. К.: Наш формат, 2018. 200 с.

2. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с.
3. Летуновська Н Є., Хоменко Л.М., Люльов О.В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі: підручник. Суми: Сумський державний університет, 2021. 259 с.
4. Писаренко Н.Л. Діджитал маркетинг: навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.
5. Соціальні мережі: наук.-допом. бібліогр. покажч. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека. - Луцьк, 2017.
6. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

5. INTERNET САЙТИ

1. 10 кращих формул копірайтингу для SMM. URL: <https://www.kiwiagency.com.ua/blog/top-10-copywriting-formulas-SMM.html>
2. ChatGPT. URL: <https://openai.com/>
3. Top 10 Digital Tech Trends for 2023. URL: <https://www.tencent.com/en-us/articles/2201521.html>
4. Top 9 Digital Transformation Trends in 2023. URL: <https://theecmconsultant.com/digital-transformation-trends/>
5. Використання соціальних мереж: посібник. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/wp-content/uploads/2020/09/Working-with-Social-Media-Compendium-UKRAINIAN-AUGUST-2020-FOR-PUBLICATION.pdf>
6. Офіційний сайт Midjourney. URL: <https://www.midjourney.com/home/?callbackUrl=%2Fapp%2F>
7. Посібник з цифрової трансформації бізнесу. URL: <https://bc.biz.mk.ua/wp-content/uploads/2021/04/Going-DIGITAL-TsIPB-m.-Mykolaiv-2021.pdf>
8. Чек-лист: як написати ідеальний продаючий текст. URL: <https://para.school/blog/content/chek-list-kak-napisat-idealnuj-prodajuschij-tekst>
9. Як у "Інстаграмі" проводити розіграші? Акції та конкурси в Instagram. URL: <https://hi-news.pp.ua/kompyuteri/8437-yak-u-instagrame-provoditi-rozgrash-akcyi-ta-konkursi-v-instagram.html>