



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.

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 2023

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

“27” серпня 2023 року – 26 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.

ЗМІСТ

1. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	4
2. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
3. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	8
4. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	9
5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	10
6. ГРАФІК РОЗПОДІЛУ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ	12
7. КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН АУДИТОРНИХ ЗАНЯТЬ	13
7.1. Календарно-тематичний план лекційних занять	14
7.2. Календарно-тематичний план семінарських занять, заліків по модулях, контрольних робіт	15
7.3. Графік консультацій	16
8. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	16
9. МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ	18
9.1. Таблиця оцінювання (визначення рейтингу) навчальної діяльності студентів	18
9.2. Система нарахування рейтингових балів та критерії оцінювання знань студентів	19
9.3. Шкала оцінювання успішності студентів за результатами підсумкового контролю	20
10. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	21
11. МЕТОДИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ	21
12. РЕСУРСИ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	25
13. ЗМІНИ І ДОПОВНЕННЯ ДО РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ	26

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

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

ПК1 – 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;
- 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 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. 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: _____ V _____				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)
3	90	32	16	14	2	58
Кількість тижневих годин		Кількість змістових модулів (тем)		Кількість заліків по модулях /контрольних робіт		Вид контролю
2		9		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.	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

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. 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.

ми. 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.

5. 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 [Електронний ресурс] : 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.

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

№ розділу, теми (змістові модулі)	Назва розділу, теми (змістового модуля)	Кількість годин за ОПП			Розподіл аудиторних годин		
		всього	у тому числі		лекції	практично-семинарські	заліки по модулях, контрольні (контрольні роботи)
			аудиторні	СРС/ІР			
ЗАЛКОВИЙ МОДУЛЬ № 1							
Тема 1.	Феномен соціальних мереж	9	4	5/-	2	2	-
Тема 2.	Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	9	4	5/-	2	2	-
Тема 3.	Копірайтинг	9	4	5/-	2	2	-
Тема 4.	Штучний інтелект для створення та аналізу контенту	4	2	2/-	1	1	-
Тема 5.	Соціальні мережі як бізнес-майданчик	5	2	3/-	1	1	-

Тема 6.	Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	11	2	9/-	1	1	-
Тема 7.	Чат-боти	9	2	7/-	1	1	-
Тема 8.	SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	11	6	5/4	4	2	-
Тема 9.	Ефективність роботи в соціальних мережах	11	6	5/8	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

№ заняття	Тема та короткий зміст заняття	Кількість годин
1	2	3
ЗАЛІКОВИЙ МОДУЛЬ № 1		
Тема 1. Феномен соціальних мереж		2
1.	Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукокошків. 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

1	2	3
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. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту		1
4.	ChatGPT. Notion AI. MidJourney. Serpstat.	1
Тема 5. Соціальні мережі як бізнес-майданчик		1
	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.	1
Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних		1
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.	1
Тема 7. Чат-боти		1
	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.	1
Тема 8. 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

1	2	3
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 9. 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
2.	Практично-семінарське заняття № 2	2
	Тема 3. Копірайтинг	2
3.	Практично-семінарське заняття № 3	2
	Тема 4. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту Тема 5. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	2
4.	Практично-семінарське заняття № 4	2
	Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах Тема 7. Чат-боти	2
5.	Практично-семінарське заняття № 5	2
	Тема 8. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	2

1	2	3
6.	Практично-семінарське заняття № 6	2
	Тема 9. 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 1-9	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 рукостискань 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. Стилї написання текстів.
16. Загальні недолїки рекламних текстів.
17. Форматування та оформлення публікацій.
18. Формули продажного копїрайтінгу.
19. Вимоги до копїрайтерів.
20. ChatGPT. Notion AI. MidJourney. Serpstat.
21. Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах.
22. Використання соціальних мереж для пошуку роботи.
23. Профіль у соціальній мережі як резюме.
24. Основні способи заробітку у соціальних мережах.
25. Причини невдач у роботі із соціальними мережами.
26. Як вибрати платформу.
27. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах.
28. Що просувати?
29. Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах.
30. Кроспостинг.
31. Таргетинг.
32. Особливості запуску таргетингової реклами.
33. Ретаргетинг.
34. Причини неефективності таргетингової реклами.
35. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах.
36. Сучасні тренди просування у соціальних мережах.
37. Для чого потрібен бот у бізнесі?
38. Види ботів за форматами взаємодії.
39. Види ботів за призначенням.
40. На яких платформах може жити чатбот?
41. Що можуть чатботи різних платформ?
42. Платформи для швидкого створення ботів.
43. Facebook чат-боти.
44. Чат-боти в Instagram.
45. Чат-боти в Telegram. Бот @BotFather.
46. Що таке SMM?
47. SMM-фахівець.
48. SMM-стратегія.
49. Контент-план.
50. Типи і способи курування контенту.
51. Правила успішного курування контенту.
52. Інструменти підбору контенту.
53. Методи SMM просування.

54. Аутсорсинг SMM.
55. Бюджет на SMM-кампанію.
56. Вартість SMM розкрутки.
57. Інструменти просування в соціальних мережах.
58. Тренди в SMM.
59. Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу.
60. Метрики Facebook.
61. Ключові метрики Instagram.
62. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.
63. Статистика сторінок Facebook.
64. 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 Заліковий модуль № 1		СР	РАЗОМ – 100 балів
Практично-семінарські заняття	КМР		
40	45	15	

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		10 балів	
проект виконаний у зазначений термін, у повному обсязі, захищений та дано вичерпні відповіді на додаткові запитання		10	
проект виконаний у зазначений термін, у повному обсязі, захищений, але відповіді на додаткові запитання дано з певними недочностями		8	
проект виконаний у неповному обсязі, або (та) з порушенням терміну його виконання, або (та) при наявності значних помилок, або (та) відповіді на додаткові запитання дано з певними недочностями		6	
виконання пропущеного без поважних причин проекту або повторне виконання незарахованого проекту		4	
проект не виконаний або не зарахований після захисту		0-2	
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; - самостійна робота не виконана або не зарахована		0-3	
3. Залік по модулю, контрольна робота			
Критерії оцінювання		45 балів	
▪ робота виконана у повному обсязі		45	

▪ виконано не більше 100% завдань	38-44
▪ виконано не більше 80% завдань	30-37
▪ виконано не більше 60% завдань	22-29
▪ виконано не більше 40% завдань	14-12
▪ виконано не більше 20% завдань	1-14
▪ робота не виконана або не зарахована	0

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 (з повторним вивченням)

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:

- стандарти освіти (Освітньо-професійна програма);
- навчальні та робочі навчальні плани;
- силабус навчальної дисципліни;
- програму навчальної дисципліни;
- робочу програму навчальної дисципліни;
- навчально-методичні матеріали для проведення лекцій;
- плани лабораторних робіт та методичні матеріали з їх проведення;
- завдання для самостійної роботи студента і методичні рекомендації щодо їх виконання з навчальної дисципліни;
- завдання для індивідуальної роботи студента (індивідуальні навчально-дослідні завдання) і методичні рекомендації щодо їх виконання з навчальної дисципліни;
- засоби діагностики знань та умінь студентів (збірники тестових завдань);
- завдання для підсумкового модульного контролю;
- методичні, мультимедійні, опорні матеріали для лекційних, практичних занять;
- рекомендована література на поточний навчальний рік.

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-заняття 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. Стили 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. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Notion AI. 2. Serpstat.
Мозкові атаки	Мозкова атака щодо вибору системи ШІ та особливостей їх застосування в роботі SMM-фахівця.
Презентації	Матеріалу лекції. Прикладів різних типів застосування систем ШІ в роботі SMM-фахівця.
Тема 5. 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 6. 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 ефективною таргетингової реклами.
Презентації	Матеріалу лекції. Прикладів ефективною таргетингової реклами.
Тема 7. Чат-боти	
Проблемні лекції	<u>Проблемні питання:</u> 1. Facebook чат-боти. 2. Чат-боти в Instagram.

	3. Чат-боти в Telegram.
Презентації	Платформи для створення ботів.
Тема 8. 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 9. Ефективність роботи в соціальних мережах	
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. Top 10 Digital Tech Trends for 2023. URL: https://www.tencent.com/en-us/articles/2201521.html</p> <p>2. Top 9 Digital Transformation Trends in 2023. URL: https://theecmconsultant.com/digital-transformation-trends/</p> <p>3. 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</p> <p>4. ChatGPT. URL: https://openai.com/</p> <p>5. 10 кращих формул копірайтингу для SMM. URL: https://www.kiwiagency.com.ua/blog/top-10-copywriting-formulas-SMM.html</p> <p>6. Чек-лист: як написати ідеальний продаючий текст. URL: https://para.school/blog/content/chek-list-kak-napisat-idealnuj-prodajuschij-tekst</p> <p>7. Офіційний сайт Midjourney. URL: https://www.midjourney.com/home/?callbackUrl=%2Fapp%2F</p> <p>8. 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</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>

