



**КАФЕДРА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ**

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

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри цифрової економіки
та бізнес-аналітики
протокол № 6 від “19” січня 2021 р.

Зав. кафедри _____ Шевчук І.Б.
(підпис)

**ЗАВДАННЯ ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТА (ІНДИВІДУАЛЬНІ
НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНІ ЗАВДАННЯ)
І МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЇХ
ВИКОНАННЯ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Бізнес у соціальних мережах

(назва навчальної дисципліни)

Дисципліна вільного вибору студента

Цикл загальної
(гуманітарної та соціально-економічної) підготовки

освітній ступінь: _____ бакалавр
(бакалавр/магістр)

Укладач:

_____ Шевчук І.Б., д.е.н., доцент
(ПБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

ЛЬВІВ 2021

1. ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ З ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ

Творча (евристична), наближена до наукового осмислення і узагальнення робота можлива лише як результат організації самостійного навчання з обов'язковою присутністю в ній цілепокладання та його досягнення за допомогою ефективних технологічних схем самоосвіти. Крім того, така робота повинна бути індивідуалізованою з врахуванням рівня творчих можливостей студента, його навчальних здобутків, інтересів, навчальної активності тощо.

Практична реалізація такого принципу навчання пов'язана із використанням в навчальному процесі індивідуальних навчально-дослідних завдань.

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) є видом позааудиторної самостійної роботи студента навчального, навчально-дослідницького чи проектно-конструкторського характеру, яке використовується в процесі вивчення програмного матеріалу навчальної дисципліни і завершується разом із складанням підсумкового іспиту чи заліку із даної навчальної дисципліни.

Метою ІНДЗ є самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань студента з навчальної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах» та розвиток навичок самостійної роботи.

Індивідуальні завдання повинні формувати вміння студентів самостійно працювати над рекомендованим матеріалом, висловлювати і захищати власну точку зору, орієнтувати студентів на засвоєння та закріплення головного, суттєвого при вивченні тем програми, розвивати самостійне мислення, навички розумової праці та просування продукту чи послуги у соціальних мережах. Індивідуальна робота студента є засобом оволодіння навчальним матеріалом самостійно у вільний від обов'язкових навчальних занять час.

Загальна **процедура виконання студентом індивідуального завдання** охоплює декілька етапів:

1. Попереднє ознайомлення із змістом завдання. На цьому етапі, студент повинен усвідомити місце завдання у навчальній програмі дисципліни.

2. На другому етапі відбувається детальний аналіз змісту завдання. Основою цього етапу роботи є знання, які вже має студент. Студент демонструє своє бачення проблематики ситуації, способів її розв'язання.

3. Третій етап полягає у просуванні продукту чи послуги в одній із соціальних мережах.

4. Підготовка звіту.

Структура індивідуального навчально-дослідного завдання (орієнтовна):

- титульна сторінка (додаток А);
- вступ, де зазначається мета та завдання роботи.
- теоретичне обґрунтування – виклад базових теоретичних положень, на основі яких виконується завдання;
- основні результати роботи – скріншоти виконаного проекту просування продукту чи послуги в одній із соціальних мереж;

- висновки;
- список використаної літератури.

Форми контролю індивідуальної навчально-дослідної роботи: проект з просування продукту чи послуги в одній із соціальних мереж та звіт із детальним описом проробленої роботи в текстовому редакторі.

2. ЗМІСТ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ І МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИКОНАННЯ

Завдання 1. Реалізувати проект просування продукту чи послуги в одній із соціальних мереж. Виконання проекту передбачає:

- 1) написання програми з просування;
- 2) створення спільноти в одній із соціальних мереж (Facebook, Twitter, Instagram) та публікація різноформатних 6-10 постів;
- 3) Аналітика, висновки та рекомендації з просування обраного продукту (послуги) у соціальній мережі.

Список рекомендованої літератури

1. 45 основных терминов в SMM-продвижении [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/>
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/>
3. 6 Facebook-метрик, которые необходимо отслеживать [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotorye-neobkhodimo-otslezhivat/>
4. Губанов Д. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства. / Губанов Д., Чхартишвили А., Новиков Д. М.: Физматлит, 2010. 228 с.
5. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. Данько // Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184.
6. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. М. : Альпина Паблишер, 2013. 357 с.
7. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagram/>
8. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovuyu-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>
9. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <https://supa.ru/blog/posts/kak-provesti-analitiku-instagram-akkaunta>

10. Как составить контент-план на год [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/>
11. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Изд.: Альпина Паблишер, 2017. 344 с.
12. Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях. СПб: Сеть, 2011. 160 с.
13. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analytyky-v-instagram-metryku-instrumenty-porady.html>
14. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012. 339 с.
15. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>
16. Социальный бизнес с компанией NU SKIN [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-media-guidelines/social-media-guidelines-ru.pdf>
17. Стадный инстинкт: как работает бизнес в социальных сетях и насколько велик этот рынок? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ageyenko.ua/business/2016/05/24/stadnyj-instinkt-kak-rabotaet-biznes-v-sotsialnyh-setjah-i-naskolko-velik-etot-rynok/>
18. Статистика Инстаграм: 5 метрик для продвижения аккаунта в 2019 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rusability.ru/internet-marketing/statistika-instagram-5-metrik-dlya-prodvizheniya-akkaunta-v-2019/>
19. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://webpromoeexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/>
20. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-ro-plechu/>
21. Филина О. Facebook-эффект для бизнеса и самопиара. Опыт человека, который собрал более 10 миллионов лайков. Книга-тренинг. / Филина О. Эксмо, 2015. 256 с.
22. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. / Халилов Д. 2-е изд. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.

3. ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ ТА ЗАХИСТУ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ

1. Звіт про виконання ІНДЗ подається у друкованому форматі на папері формату А4.

Оформлення звіту: шрифт – Times New Roman; розмір шрифту – 14 кегель; інтервал між рядками – півтора; абзац – 12,5 мм, поля: верхнє і нижнє – 20 мм, лівє

– 25 мм, праве – 15 мм; нумерація сторінок – по центру нижнього поля. Зразок оформлення титульної сторінки наведено у додатку А.

2. ІНДЗ подається викладачу не пізніше ніж за 1 тиждень до закінчення семестру в електронному (демонстрація безпосередньо у соціальній мережі) та друкованому вигляді (звіт).

3. Оцінка за ІНДЗ виставляється на заключному занятті з навчальної дисципліни на основі попереднього ознайомлення викладача зі змістом ІНДЗ. Можливий захист завдання шляхом демонстрації проекту у соціальній мережі.

4. Оцінка за ІНДЗ є обов'язковою складовою підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.

4. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Результати індивідуальної роботи оцінюються викладачем згідно з чинною шкалою оцінювання.

№ з/п	Види робіт. Критерії оцінювання знань студентів	Бали рейтингу	Максимальна кількість балів
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		6	
завдання виконане із суттєвими помилками		4	
завдання не виконане або тільки розпочато процес побудови коду програми.		0-2	

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики

Індивідуальне навчально-дослідне завдання

з дисципліни

БІЗНЕС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Виконав:

Перевірив:

Львів – 202_