



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Факультет управління фінансами та бізнесу
Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики


ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри цифрової економіки та
бізнес-аналітики
факультету управління фінансами та бізнесу
Львівського національного університету
імені Івана Франка
(протокол № 6 від 19 січня 2021 р.)

Завідувач кафедри _____ І.Б. Шевчук

Силабус з навчальної дисципліни
«Бізнес у соціальних мережах»,
що є дисципліною вільного вибору студента
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Львів 2021 р.

	Силабус навчальної дисципліни «БІЗНЕС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ» Дисципліна вільного вибору студента
Адреса викладання дисципліни	м. Львів, вул. Коперника, 3
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Факультет управління фінансами та бізнесу Кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	05 «Соціальна та поведінкові науки» 051 «Економіка»
Викладачі дисципліни	Шевчук Ірина Богданівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри цифрової економіки та бізнес-аналітики
Контактна інформація викладачів	Моб. телефон: +38(067)-77-39-777 Електронні скриньки: ibshevchuk@ukr.net; iryna.shevchuk@lnu.edu.ua Viber: 067-77-39-777; Telegram: Shevchuk Iryna, 067-77-39-777 Messenger: Iryna Shevchuk; Skype: ibshevchuk Сторінка викладача: https://financial.lnu.edu.ua/employee/shevchuk-iryna-bohdanivna Місце знаходження: м. Львів, вул. Коперника, 3; кім. 508 (кафедра цифрової економіки та бізнес-аналітики)
Консультації з питань навчання по дисципліні відбуваються	Щосереді, 15:00-16:20 год. (вул. Коперника, 3, ауд. 302) Консультації в день проведення лекцій/лабораторних занять (за попередньою домовленістю). Можливі он-лайн консультації через Skype, Viber, Telegram. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.
Сторінка курсу	https://financial.lnu.edu.ua/course/biznes-u-sotsial-nykh-merezhakh Платформа MOODLE: http://e-learning.lnu.edu.ua/login/index.php
Інформація про дисципліну	Курс розроблено таким чином, щоб надати здобувачам вищої освіти необхідні знання для набуття і прикладного використання компетентностей, обов'язкових для того, щоб стати фахівцем із застосування інформаційних технологій у різних сегментах економіки, зокрема для організації, просування та ведення бізнесу у соціальних мережах. Для цього у курсі розглянуто базові принципи роботи в різних соціальних мережах, особливості та правила написання продажних постів, основні способи заробітку у соціальних мережах, ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах, покроковий опис розробки SMM-стратегії тощо.
Коротка анотація дисципліни	Дисципліна «Бізнес у соціальних мережах» є дисципліною вільного вибору студента, яка викладається в VI семестрі в обсязі 3 кредити (за Європейською Кредитно-Трансферною Системою ECTS).
Мета та цілі дисципліни	Метою вивчення нормативної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах» є формування у студентів необхідного обсягу теоретичних і практичних знань про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах. 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.
<p>Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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+. М. : Альпина Паблишер, 2013. 357 с. 4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжить 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 о себе 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. <p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Интернет-джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 45 основных терминов в SMM-продвижении. URL: http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/ 2. 5 правил ведения бизнеса в социальных сетях на примере Facebook URL: http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-v-socialnykh-setyakh-na-primere-facebook/ 3. 6 Facebook-метрик, которые необходимо отслеживать. URL: https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotorye-neobkhodimo-otslezhivat/ 4. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. URL: https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagrama/ 5. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. URL: https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html

	<p>6. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? URL: https://supa.ru/blog/posts/kak-provesti-analitiku-instagram-akkaunta</p> <p>7. Как составить контент-план на год. URL: https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/</p> <p>8. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради. URL: https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analifyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html</p> <p>9. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса URL: http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html</p> <p>10. Социальный бизнес с компанией NU SKIN URL: https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-media-guidelines/social-media-guidelines-ru.pdf</p> <p>11. Стадный инстинкт: как работает бизнес в социальных сетях и насколько велик этот рынок? URL: https://ageyenko.ua/business/2016/05/24/stadnyj-instinkt-kak-rabotaet-biznes-v-sotsialnyh-setyah-i-naskolko-velik-etot-rynok/</p> <p>12. Статистика Инстаграм: 5 метрик для продвижения аккаунта в 2019 URL: https://rusability.ru/internet-marketing/statistika-instagram-5-metrik-dlya-prodvizheniya-akkaunta-v-2019/</p> <p>13. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях URL: https://webpromoeexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/</p> <p>14. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях URL: https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-po-plechu/</p>
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	32 годин аудиторних занять. З них 16 годин лекцій, 16 години практичних робіт занять та 58 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	<p>Після завершення цього курсу студент буде :</p> <p>а) знати</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; <p>б) уміти</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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;

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Ключові слова	Контент, соціальна мережа, хештег, мережевий етикет, копірайтинг, копірайтер, профіль, платформа, кроспостинг, таргетинг, таргетингова реклама, ретаргетинг, просування у соціальних мережах, SMM-фахівець, SMM-стратегія, контент-план, аутсорсинг, метрики Facebook, метрики Instagram, KPI, SMM.
Формат курсу	Очний
	Проведення лекцій, практичних робіт та консультації для кращого розуміння тем. Викладання навчальної дисципліни передбачає поєднання традиційних форм аудиторного навчання з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як комп'ютерна графіка, аудіо та відео, інтерактивні елементи, онлайн консультування і т.п.
Теми	Подано у формі Схеми курсу
Підсумковий контроль, форма	Залік в кінці семестру/комбінований (відповідь + письмовий тест). Оцінка складається із кількості балів нарахованих за: здачу практичних робіт – проектів, виконання самостійних робіт та індивідуального завдання, написання контрольної модульної роботи. Методи контролю: спостереження за навчальною діяльністю здобувачів вищої освіти, усне опитування, письмовий контроль, тестовий контроль, виконання навчальних та індивідуальних завдань.
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з дисциплін «Інформаційні та комунікаційні технології», «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Технології Інтернет», «Цифрова економіка», достатніх для: а) сприйняття категоріального апарату сучасної економіки, сфери інформаційних технологій, економіко-математичного моделювання, пошуку бізнес-ідей, організації створення та просування бізнесу; б) оперування методами професійної дискусії для формування власної аргументованої позиції; в) ідентифікації, аналізу, дослідження перебігу економічних процесів у бізнес-структурах та соціальних мережах; г) формування навичок просування бізнесу у соціальних мережах.
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентація, лекція-бесіда, лекція-візуалізація, колаборативне навчання (форми – групові проекти, спільні розробки і т.д.), проектно-орієнтоване навчання, навчальна дискусія, мозкова атака, кейс-метод, демонстрування, самостійна робота, практичні роботи, метод порівняння, метод узагальнення, метод конкретизації, метод виокремлення основного, обговорення, робота над помилками.
Необхідне обладнання	Вивчення курсу потребує використання програмного забезпечення як от соціальні мережі, сервіси для аналізу контенту в

	соціальних мережах, графічні редактори, Office 365, крім загально вживаних програм і операційних систем. Мультимедійна дошка, проектор.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	<p>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:</p> <ul style="list-style-type: none"> • практичні/самостійні/індивідуальна тощо: 60% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 60; • модульна контрольна робота: 40% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40). <p>Підсумкова максимальна кількість балів – 100.</p> <p>Політика щодо дедлайнів та перескладання: роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – 20% від визначених балів за даний вид роботи. Студенти виконують декілька видів письмових робіт (есе, підготовка рефератів). Перескладання (модулів, контрольних робіт) відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, довідка про стан здоров'я).</p> <p>Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в практичній (письмовій) роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману.</p> <p>Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і лабораторні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися усіх строків визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.</p> <p>Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.</p> <p>Політика виставлення балів. Враховуються бали набрані на поточному тестуванні, самостійній роботі та бали підсумкового тестування. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність студента під час лабораторного заняття; недопустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття в цілях не пов'язаних з навчанням; списування та плагіат; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.</p> <p>Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються.</p>
Питання до заліку.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поняття соціальної мережі. 2. Теорія шести рукокрилих та п'яти кліків. 3. Види та класифікація соціальних мереж. 4. Функціонал соціальних мереж. 5. Користувачі соціальних мереж.

	<ol style="list-style-type: none"> 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.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.

Схема курсу

Тиждень год.	Тема, план, короткі тези	Форма діяльності (заняття)	Література. Ресурси в інтернеті	Завдання, год.	Термін виконання
1	2	3	4	5	6
Тиж. 1 2 год.	Тема 1. Феномен соціальних мереж 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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [9, 11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 2 2 год.	Тема 1. Феномен соціальних мереж	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [9, 11].	Підготовка та розробка проекту № 1 «Порівняння національних та міжнародних соціальних мереж», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 3 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1]. Інт. [2, 9, 11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 4 2 год.	Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1]. Інт. [2, 9, 11].	Підготовка та розробка проекту № 2 «Інструменти активності	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

1	2	3	4	5	6
				користувачів у соціальних мережах», 2 год.	аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 5 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [3]. Інт. [2, 9, 11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 6 2 год.	Тема 3. Копірайтинг	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [3]. Інт. [2, 9, 11].	Підготовка та розробка проекту № 3 «Продажний копірайтинг», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 7 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [1-14].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 8 2 год.	Тема 4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [1-14].	Підготовка та розробка проекту № 4 «Написання копірайту», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

1	2	3	4	5	6
Тиж. 9 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [2-3]. Інт. [1-3, 11-14].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 10 2 год.	Тема 5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [2-3]. Інт. [1, 5-8, 12].	Підготовка та розробка проекту № 5 «Моніторинг соціальних мереж», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 11 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1, 5-8, 12].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 12 2 год.	Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1, 5-8, 12].	Підготовка та розробка проекту № 6 «Визначення цільової аудиторії бренду», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 13 2 год.	Тема 6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Як самому	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1, 5-8, 12].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до	До проведення наступного

1	2	3	4	5	6
	навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM			лабораторного заняття 2 год.	аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 14 2 год.	Тема 7. Ефективність роботи в соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1-14].	Підготовка та розробка проекту № 7 «Показники ефективності SMM діяльності», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 15 2 год.	Тема 7. 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-аккаунта.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1-14].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до лабораторного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 16 2 год.	Підсумковий контроль	Тестування	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [1-14].	Виконання індивідуальних практичних завдань, тестових завдань	Згідно розкладу

Викладач _____ І.Б. Шевчук