



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 № 1 від 28 серпня 2023 р.)

Завідувач кафедри _____ Ірина ШЕВЧУК

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

Львів 2023 р.

	<p style="text-align: center;">Силабус навчальної дисципліни «БІЗНЕС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ» Дисципліна вільного вибору студента</p>
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., професор, 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	Щосереди, 15:00-16:20 год. (вул. Коперника, 3, ауд. 302) Консультації в день проведення лекцій/практичних 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 V 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 align="center">Література для вивчення дисципліни</p>	<p>Основна література:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 // 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.

	<p>Додаткова:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Інтернет-джерела:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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
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
Компетентності та програмні результати навчання	<p>При вивченні дисципліни «Бізнес у соціальних мережах» здобувачі вищої освіти набувають такі компетентності (здатність):</p> <p>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.</p>

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.

Після завершення цього курсу студент буде :

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;

	<ul style="list-style-type: none"> • 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, змішаний під час карантину чи воєнного стану
	<p>Проведення лекцій, практичних робіт та консультації для кращого розуміння тем.</p> <p>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.</p>
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	<p>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.</p> <p>Програмне забезпечення для роботи з освітнім контентом дисципліни та виконання передбачених видів освітньої діяльності: Microsoft Teams, Microsoft Forms, Zoom, Moodle, Microsoft Outlook</p> <p>Мультимедійна дошка, проектор, ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням</p>

	до Інтернет для комунікації та опитувань, виконання домашніх завдань, виконання завдань самостійної роботи, проходження тестування (поточний, підсумковий контроль).
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 роботи: 40% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 40; • самостійна робота: 15% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 15; • заліковий модульний контроль: 45% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 45; <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 запізень 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 рукоштовних 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 недоліки рекламних текстів.
17. Форматування та оформлення публікацій.
18. Формули продажного копірайтингу.
19. Вимоги до копірайтерів.
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.

	<p>61. Ключові метрики Instagram.</p> <p>62. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.</p> <p>63. Статистика сторінок Facebook.</p> <p>64. Аналітика Instagram-акаунта</p>
Дотримання умов доброчесності	<p>Академічна доброчесність: Очікується, що роботи студентів в розділі ІНДР 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 не доброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. В Університеті наявні документи, які містять політику, стандарти і процедури дотримання академічної доброчесності: Положення про систему внутрішнього забезпечення якості освіти ЛНУ; Положення про забезпечення академічної доброчесності у Львівському національному університеті імені Івана Франка; Кодекс академічної доброчесності Львівського національного університету імені Івана Франка» (https://cutt.ly/ofX2uIH); Декларація про дотримання академічної доброчесності працівником у Львівському національному університеті імені Івана Франка (https://cutt.ly/nfX2itr); Декларація про дотримання академічної доброчесності здобувачем вищої освіти у Львівському національному університеті імені Івана Франка (https://cutt.ly/4fX2iE6). Дані документи розміщені за посиланням https://education-quality.lnu.edu.ua</p>
Опитування	<p>Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано по завершенню курсу.</p>

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 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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [9, 11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного 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. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах», 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	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1]. Інт. [2, 9, 11].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

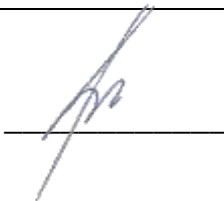
1	2	3	4	5	6
	мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.				
Тиж. 4 2 год.	Тема 2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1]. Інт. [2, 9, 11].	Підготовка та розробка проекту № 1 «Порівняння національних та міжнародних соціальних мереж. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах», 2 год.	До проведення наступного 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 практичного 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 № 2 «Продажний копірайтинг. Створення бізнес-акаунту у соціальній мережі», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 7 2 год.	Тема 4. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту ChatGPT. Notion AI. MidJourney. Serpstat. Тема 5. Соціальні мережі як бізнес-майданчик	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [1-14].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до	До проведення наступного

1	2	3	4	5	6
	<p>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.</p>			<p>практичного заняття 2 год.</p>	<p>аудиторного заняття за розкладом</p>
<p>Тиж. 8 2 год.</p>	<p>Тема 4. Штучний інтелект для створення та аналізу контенту Тема 5. Соціальні мережі як бізнес-майданчик</p>	<p>Практична робота</p>	<p>Осн. [1-8]. Дод. [1-4]. Інт. [1-14].</p>	<p>Підготовка та розробка проекту № 2 «Продажний копірайтинг. Створення бізнес-акаунту у соціальній мережі», 2 год.</p>	<p>До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом</p>
<p>Тиж. 9 2 год.</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Лекція</p>	<p>Осн. [1-8]. Дод. [2-3]. Інт. [1-3, 11-14].</p>	<p>Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття 2 год.</p>	<p>До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом</p>

1	2	3	4	5	6
Тиж. 10 2 год.	Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах Тема 7. Чат-боти	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [2-3]. Інт. [1, 5-8, 12].	Підготовка та розробка проекту № 3 «Моніторинг соціальних мереж. Визначення цільової аудиторії», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 11 2 год.	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.	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1, 5-8, 12].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 12 2 год.	Тема 8. 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 № 4 «SMM- просування», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 13 2 год.	Тема 8. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Як самому навчитися SMM. Інструменти просування в соціальних мережах. Тренди в SMM	Лекція	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1, 5-8, 12].	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватися до практичного заняття 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом
Тиж. 14 2 год.	Тема 9. Ефективність роботи в соціальних мережах	Практична робота	Осн. [1-8]. Дод. [1, 4]. Інт. [1-14].	Підготовка та розробка проекту № 4 «SMM- просування», 2 год.	До проведення наступного аудиторного заняття за розкладом

1	2	3	4	5	6
Тиж. 15 2 год.	Тема 9. Ефективність роботи в соціальних мережах Основні метрики і КРІ 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 практичного 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



Ірина ШЕВЧУК