



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетинг в соціальних мережах»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП «Маркетинг»
Освітній рівень	Першій (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 5 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 22 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 78 год.
Форма підсумкового контролю	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupr.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладач	Івасенко Олена Анатоліївна, к.е.н.
Контактна інформація викладача	hivassenko@gmail.com
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 107А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – набуття здобувачами вищої освіти компетентностей щодо інструментів, стратегій та особливостей маркетингу у соціальних мережах, що є невід’ємною складовою маркетингової діяльності сучасної організації.	
Програмні результати навчання <ul style="list-style-type: none">– Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.– Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.– Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.– Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб’єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.– Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб’єкта.– Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Передумови для навчання <p>Попередньо опановані дисципліни: інформаційні системи і технології в маркетингу.</p>	
Індивідуальне завдання	Не передбачено
Зміст навчальної дисципліни <p>Тема 1. Маркетинг у соціальних мережах: суть, цілі та завдання. Тема 2. Вітчизняний досвід</p>	



реалізація маркетингу та комунікацій бізнесу в соціальних мережах. **Тема 3.** Планування роботи фахівця з маркетингу у соціальних мережах. Вимоги до навичок СММників. **Тема 4.** Контент стратегія та план в СММ. **Тема 5.** Держава та органи місцевого самоврядування у соціальних мережах. **Тема 6.** Реалізація бізнес-комунікацій та маркетингу в соціальних мережах громадських організацій, спільнот та рухів. **Тема 7.** Розвиток бренду та SMM. **Тема 8.** Особливості маркетингу та просування маркетингових та рекламних агенцій й PR. **Тема 9.** Інструменти формування та впливу на суспільну думку в соціальних мережах. **Тема 10.** Маркетинг у соціальних мережах формальної та неформальної професійної освіти в сфері маркетингу.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=4702>

Рекомендовані джерела

1. Craig, David; Cunningham, Stuart. Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley. NYU Press, 2019. URL: <http://surl.li/luiw1>
2. Виноградова О.В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах: навч. посіб. Київ: ДУТ, 2022. 202 с. URL: https://duikt.edu.ua/uploads/1_2239_36285110.pdf
3. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.
4. Шевчук І.Б. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах». Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. URL: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/BSM_konspekt-lektsiy.pdf
5. Evans, Dave; Bratton, Susan; Mckee, Jake. Social media marketing. AG Printing & Publishing, 2021. URL: <http://surl.li/luirz>
6. Quesenberry, Keith A. Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution. Rowman & Littlefield Publishers, 2020. URL: <http://surl.li/luitg>
7. Leaver, Tama; Highfield, Tim; Abidin, Crystal. Instagram: Visual social media cultures. John Wiley & Sons, 2020. URL: <http://surl.li/luivr>
8. Гарбар, Ж. В. Маркетинг в соціальних мережах. *II Всеукраїн. наук.-практ. конф. «Інструменти сучасного маркетингу як засіб впливу на споживача»* 19-20 трав. 2019 р. Вінниця: ВНАУ, 2019. с. 7
9. Каменюк М. Т.; Янчук Т. В. Особливості маркетингу у соціальних мережах. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2018, 5 (2). с. 78-81.
10. Семененко К. Ю., Юрченко В. І.; Скригун Н. П. Маркетингова діяльність в соціальних мережах Facebook та Instagram. *Вчені записки Таврійського національного університету імені ВІ Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2019, 30 (69), № 2: с. 164-168.
11. Івасенко О.А., Чижевська М.Б. Маркетинг у соціальних мережах вітчизняних закладів вищої освіти. *Академічна й університетська наука : зб. наук. пр. Секції за матеріалами Всеукр. наук.-практ. конф. «Сучасні рецепції світоглядно-ціннісних орієнтирів Григорія Сковороди», 02 груд. 2022 р. : Т. 2.* Полтава : Нац. ун-т ім. Юрія Кондратюка, 2022. С. 20-22.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 70 балів, за результатами підсумкового контролю – 30 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 35 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи

Мах кількість балів

Виконання завдань на практичному занятті

70



Диференційований залік	30	
Максимальна кількість балів	100	
Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35 - 59	FX	незадовільно
1 - 34	F	
Політика навчальної дисципліни		
<p>Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.</p> <p>Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.</p> <p>Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.</p>		
Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=4702).		

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13