



ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

Луцького національного технічного
університету

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ **МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Освітньо-професійна програма: Автомобільний транспорт, Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка, Інформаційні системи та технології, Комп'ютерна інженерія, Дизайн, Менеджмент, Технології легкої промисловості

Спеціальність: 274 Автомобільний транспорт, 141 Електроенергетика, електротехніка та електромеханіка, 126 Інформаційні системи та технології, 123 Комп'ютерна інженерія, 022 Дизайн, 073 Менеджмент, 182 Технології легкої промисловості

Галузь знань: 27 Транспорт, 12 Інформаційні технології, 14 Електрична інженерія, 02 Культура і мистецтво, 07 Менеджмент, 18 Виробництво і технології

Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний /освітній ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова (загальної підготовки)
Обсяг дисципліни (кредити ЄКТС/ загальна кількість годин)	4 кредити ЄКТС/ 120 годин
Циклова комісія	Випускова циклова комісія «Менеджмент»
Мова викладання	Українська
Мета навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни є засвоєння здобувачами фахової передвищої освіти сучасних знань та базових практичних вмінь щодо здійснення маркетингової діяльності та просування товарів і послуг, особистостей чи ідей в соціальних медіа та мережах.
Предмет і завдання дисципліни	Предметом вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах» є загально-теоретичні положення, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів. Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингові дослідження» є: - 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; - вивчення особливостей різних соціальних мереж та розробка проекту просування продукту в цих мережах; - розуміння параметрів, що чинять вплив на просування продукту у соціальних мережах;

	- вивчення особливостей поведінки користувачів соціальних медіа.
Форма підсумкового контролю	Залік / диференційований залік
Зміст дисципліни	<p>Тема 1. Особливості маркетингу в соціальних мережах Що таке соціальні мережі та для чого вони були створені. Маркетинг в соціальних мережах. Цілі маркетингу в соціальних мережах</p> <p>Тема 2. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства Розвиток соціальних мереж. Огляд соціальних мереж. Завдання та переваги SMM. Що користувачам цікаво в соціальних мережах.</p> <p>Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж Побудова стратегій в соціальних мережах. Цілі та позиціонування. Аналіз продукту/бренду, ЦА, УТП та конкурентів.</p> <p>Тема 4. Особливості контенту в соціальних мережах Що таке контент? Особливості контенту в соціальних мережах. Види контенту. «Золота формула» контенту в соціальних мережах. Планування контенту. Як обрати тему контенту.</p> <p>Тема 5. Копірайтинг, як писати текст, щоб його дочитали до кінця Що таке копірайтинг? Структура ефективних текстів. Особливості написання продажних та інформаційних текстів в соціальних мережах. Правила оформлення тексту, які роблять текст привабливішим. Ефективні заголовки. Сторітелінг – реальні історії. Використання хештегів в публікаціях.</p> <p>Тема 6. Візуальна подача акаунту Як розказати про себе (свій продукт) без слів у соціальній мережі. Стилiстичне оформлення сторінки від А до Я. Робота з шаблонами, планування та ідеї, щодо введення сторінки у соціальній мережі.</p> <p>Тема 7. Безкоштовні методи просування Соціальні мережі – інструмент просування послуг, товарів та брендів. Безбюджетний SMM: інструменти, інфоприводи та лайфхаки. Використання вірусного маркетингу. Проведення акцій та розігрівів.</p> <p>Тема 8. Реалізація SMM-маркетингу Хто входить в команду? «Лже-SMM» – розкриття ілюзій. Управління репутацією в соціальних мережах.</p>
Рекомендована література	<p>Основна</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бойчук І.В., Музика О.М. Інтернет в маркетингу: підручник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 512 с. 2. Воронюк Антон, Полищук Александр Актуальный интернет-маркетинг. К. : «Агентство «ІРІО», 2018. 160 с. 3. Ермолова Наталия. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+» Издательство: «Альпина Паблицер», 2017 г. 358 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. К : КМ-Букс. 2018. 208 с. 5. Нілова Л. Характеристики Поп-арт маркетинг. Insta-грамотность и контент-стратегия. Видавництво: АСТ, 2018. 288 с. 6. Халилов Д. «Маркетинг в социальных сетях». Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2016, 240 с. <p>Додаткова</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності. ЦУЛ,

	<p>2017. 536 с.</p> <p>8. Кожушко О.А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. И-во: Олимп-Бизнес, 2015. 327 с.</p> <p>9. Холідей Райан. Маркетинг майбутнього. Як гроуз-хакери змінюють правила гри / перекладач Олександра Асташова. Київ: Наш формат, 2018. 104 с.</p> <p>10. Эйми Сонг. «#instastиль. Как собирать миллионы лайков в Instagram». Издательство «Одри», 2019, 208 с. Войчак А.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч.-метод. посіб.</p> <p>Інтернет-ресурси</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. https://zakon.rada.gov.ua/laws 2. http://www.nbu.gov.ua 3. https://about.fb.com/ 4. https://www.facebook.com/help/instagram/155833707900388 5. https://smmplanner.com/blog/15-glavnyh-knig-dlya-smm-shika/ 6. http://www.economy.nayka.com.ua/ 7. https://lemarbet.com/
<p>Види занять, методи і форми навчання</p>	<p>Форми організації освітнього процесу: лекції, практичні заняття, семінари, дослідницькі роботи, самостійна робота, консультації зі викладачами, участь у наукових конференціях, дистанційне навчання.</p> <p>Освітні технології: традиційні, інтерактивні, інформаційно-комунікативні, проектного навчання.</p>
<p>Пререквізити</p>	<p>Дисципліни «Основи маркетингу», «Маркетингові дослідження»</p>
<p>Постреквізити</p>	<p>Дисципліни «Планування діяльності підприємства», «Цифровий маркетинг»</p>
<p>Критерії оцінювання</p>	<p>Критерії оцінювання:</p> <p>Оцінка «відмінно» виставляється, якщо здобувач освіти у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно, самостійно й аргументовано його викладає, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу, вільно послуговується науковою термінологією, розв'язує задачі стандартним або оригінальним способом, наводить аргументи на підтвердження власних думок, здійснює аналіз та робить висновки.</p> <p>Оцінка «добре» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає, в основному розкриває зміст теоретичних запитань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу, розв'язує задачі стандартним способом, послуговується науковою термінологією, але при висвітленні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі неістотні неточності та незначні помилки.</p> <p>Оцінка «задовільно» виставляється, якщо здобувач освіти відтворює значну частину навчального матеріалу, висвітлює його основний зміст, виявляє елементарні знання окремих положень, записує основні формули, рівняння, закони, однак нездатний до глибокого, всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, не користується необхідною літературою, допускає істотні неточності та помилки.</p> <p>Оцінка «незадовільно» виставляється, якщо здобувач освіти достатньо не володіє навчальним матеріалом, однак фрагментарно, поверхово (без аргументації й обґрунтування) викладає окремі питання навчальної дисципліни, не розкриває зміст теоретичних питань і практичних завдань.</p>

Політика курсу	<p>Курс передбачає індивідуальну та групову роботу. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. Якщо здобувач освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час консультації викладача. Під час роботи над індивідуальними завданнями та проектами не допустимо порушення академічної доброчесності.</p>
-----------------------	--