

**СИЛАБУС**  
**навчальної дисципліни**  
**«МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Обов'язкова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	2 курс, 3 семестр.
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 135 год. Кількість кредитів – 4,5.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	 <p>Викладач: <b>Терещенко Іван</b>, к.е.н., доцент          Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус №4)          ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua          сторінка викладача:  <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych">https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</a></p>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	формування у майбутніх маркетологів сучасної системи знань і розуміння особливостей маркетингової діяльності підприємств у соціальних мережах, набуття практичних навичок комунікації у соціальних мережах з урахуванням потреб цільових аудиторій.
<b>Компетентності</b>	<p><b>загальні:</b>          ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.          ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.          ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p><b>спеціальні (фахові):</b>          ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.          ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.          ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.          ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p>

	<p>ФК 17. Здатність використовувати теоретичні положення діджитал-маркетингу, проваджувати маркетингову діяльність у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.</p>
<p><b>Результати навчання</b></p>	<p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висувуються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 21. Знати теоретичні основи діджитал-маркетингу, володіти практичними навичками із провадження маркетингової діяльності у соціальних мережах; створювати, налаштовувати, аналізувати і підвищувати ефективність таргетованої реклами.</p>
<p><b>Методи навчання</b></p>	<p><b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b>  словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i>  наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i>  практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p><b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p><b>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p><b>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i>  методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<p><b>Програма навчальної дисципліни</b></p>	<p>Тема 1. Сутність електронної торгівлі й інтернет маркетингу  Тема 2. Соціальні мережі, як бізнес-майданчик  Тема 3. Формування і реалізація стратегії маркетингу у соціальних мережах  Тема 4. Контент-план та інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах  Тема 5. Створення актуального контенту для цільових аудиторій  Тема 6. Основи копірайтингу  Тема 7. Сутність, особливості та показники ефективності таргетингу  Тема 8. Організація роботи з громадськістю у соціальних мережах  Тема 9. Просування товарів (робіт, послуг) в соціальних мережах  Тема 10. Оцінка ефективності маркетингу у соціальних мережах</p>

<p><b>Стратегія оцінювання результатів навчання</b></p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання лабораторних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – іспит.</p>
<p><b>Політика навчальної дисципліни</b></p>	<p><b>1. Академічна доброчесність</b>  Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b>  Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b>  На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>4. Дедлайни та перескладання</b>  Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</b></p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економічна теорія», «Економічна інформатика»,</p>

	«Інфраструктура товарного ринку», «Маркетинг».
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)	Презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2022. 202 с.</li> <li>2. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін.; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.</li> <li>3. Швидка SMM-допомога : як використовувати соціальні мережі для розвитку організації та особистого бренду? ТОП 12 порад від експертів: навч. посіб. Л. Гуляєва та ін. ; за заг. ред. Л. Гуляєвої. Київ : АПСВТ, 2021. 30 с.</li> <li>4. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.</li> <li>5. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.</li> <li>6. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя. К. : Попурри, 2018. 336 с.</li> <li>7. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Допоміжні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.</li> <li>2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.</li> <li>3. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.</li> <li>4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.</li> <li>5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.</li> <li>6. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.</li> <li>7. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.</li> <li>8. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступа : <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</a></li> <li>9. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.</li> <li>10. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.</li> <li>11. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. К. : Моноліт-Bizz, 2018. 320с.</li> <li>12. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Полтава : «Астрая», 2023. 128 с.</li> <li>13. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства АгроСвіт. 2019.</li> </ol>

	<p>14. № 18. С. 63–67. URL: <a href="http://www.agrosvit.info/?op=1&amp;z=2959&amp;i=8">http://www.agrosvit.info/?op=1&amp;z=2959&amp;i=8</a></p> <p>15. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. Ефективна економіка. 2020. № 9. URL: <a href="http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&amp;z=8192">http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&amp;z=8192</a></p> <p>16. Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022) URL: <a href="https://mdt-topu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174">https://mdt-topu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174</a></p> <p>17. Філановський О. Головна маркетингова книга. К. : Наш Формат, 2018. 304 с.</p> <p>18. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. К. : Наш Формат, 2019. 200 с.</p> <p style="text-align: center;"><b>Інформаційні ресурси</b></p> <p>1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <a href="https://sostav.ua/">https://sostav.ua/</a></p> <p>2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <a href="https://webpromoeexperts.net/ua/">https://webpromoeexperts.net/ua/</a>.</p> <p>3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <a href="https://roman.ua/">https://roman.ua/</a></p> <p>4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <a href="https://youngsoul.co.ua/">https://youngsoul.co.ua/</a></p> <p>5. Google Аналітика. URL: <a href="https://youngsoul.co.ua/">https://youngsoul.co.ua/</a></p> <p>6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <a href="https://www.marketo.com/">https://www.marketo.com/</a></p> <p>7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <a href="http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php">http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php</a></p> <p>8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <a href="https://mr.com.ua">https://mr.com.ua</a></p> <p>9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/</a></p> <p>10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <a href="http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt">http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt</a></p> <p>11. Журнал «Мир упаковки». URL: <a href="http://packaging.com.ua/magazine-list">http://packaging.com.ua/magazine-list</a></p> <p>12. Українська асоціація маркетингу. URL: <a href="https://uam.in.ua">https://uam.in.ua</a></p>
Рік введення	2023