

Бізнес в соціальних мережах
для Каталогу вибіркових дисциплін

Назва навчальної дисципліни	Бізнес в соціальних мережах
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу Навчально науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач:</i> к.е.н., доцент Терещенко Іван Олексійович <i>Контакти:</i> ауд.481 корп.№4 <i>e-mail:</i> ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень і другий (магістерський) для спеціальності 21 Ветеринарна медицина
Спеціальність	Всі спеціальності
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Базові знання з інформатики

Заплановані результати навчання:

Мета навчальної дисципліни: надання здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингової комунікації бізнесу у соціальних мережах, набуття практичних навичок щодо планування та просування товарів (робіт і послуг) у соціальних мережах, з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності бізнесу.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про теоретичні та методологічні основи маркетингової комунікації бізнесу у соціальних мережах; набуття практичних навичок і вмінь із планування та просування товарів (робіт і послуг) у соціальних мережах

Компетентності:

загальні:

- здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Програмні результати навчання:

1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності бізнесу у соціальних мережах.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.

Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик.

Тема 3. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах.

Тема 4. Просування товарів (робіт, послуг) бізнесу у соціальних мережах.

Тема 5. Організація роботи з громадськістю (PR) бізнесу у соціальних мережах.

Тема 6. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах.

Тема 7. SMM-стратегії та інструменти просування товарів (робіт, послуг) в соціальних мережах.

Тема 8. Оцінка ефективності маркетингової діяльності бізнесу у соціальних мережах.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю – залік.

додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма, презентація.