

Маркетинг у соціальних мережах

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у майбутніх маркетологів сучасної системи знань з особливостей маркетингу у соціальних мережах, набуття практичних навичок просування у соціальних мережах товарів з урахуванням потреб цільових аудиторій.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення особливостей інтернет маркетингу, електронної торгівлі і маркетингу у соціальних мережах; набуття практичних навичок із формування і реалізація стратегії маркетингу у соціальних мережах, контент-плану, таргетингу, і підвищення активності користувачів; набуття вмінь з оцінки ефективності маркетингу у соціальних мережах.

Компетентності:

загальні:

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК 11. Здатність працювати в команді.

фахові (спеціальні):

ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

Програмні результати навчання:

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

Програма навчальної дисципліни

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.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 150 год

Кількість кредитів 5,0

Форма семестрового контролю екзамен