

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра маркетингу

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ



Освітній ступінь Бакалавр

Розробник ТЕРЕЩЕНКО Іван, доцент, к.е.н.

Інститут Економіки, управління, права та інформаційних технологій

Полтава 2021 р.

## Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	Маркетинг у соціальних мережах
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	<i>Викладач:</i> ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (навчальний корпус №4), <i>e-mail:</i> <a href="mailto:ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua">ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua</a> ; <i>тел.</i> (066) 93-255-09, 095-82-88-557 (директорат) <i>Сторінка викладача:</i> <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych">https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Маркетинг, інформатика, економічна теорія

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування у майбутніх маркетингологів 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

### **Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Робоча навчальна програма.

#### **Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин денна форма				
	усього	у тому числі			
		лекції	лабор.	практ.	сам. р
Тема 1. Сутність електронної торгівлі й інтернет маркетингу.	14	2	2	–	10
Тема 2. Соціальні мережі, як бізнес-майданчик.	14	2	2	–	10
Тема 3. Формування і реалізація стратегії маркетингу у соціальних мережах.	14	2	2	–	10
Тема 4. Контент-план та інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах.	16	2	4	–	10
Тема 5. Створення актуального контенту для цільових аудиторій.	16	2	4	–	10
Тема 6. Основи копірайтингу.	14	2	2	–	10
Тема 7. Сутність, особливості та показники ефективності таргетингу.	18	4	4	–	10
Тема 8. Організація роботи з громадськістю у соціальних мережах.	14	2	2	–	10
Тема 9. Просування товарів (робіт, послуг) в соціальних мережах.	14	2	2	–	10
Тема 10. Оцінка ефективності маркетингу у соціальних мережах.	16	2	4	–	10
<b>Усього годин</b>	<b>150</b>	<b>22</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>100</b>
У т.ч. Індивідуальні завдання	–	–	–	–	–

## **Критерії оцінювання та засоби діагностики результатів навчання, форми поточного і підсумкового контролю**

Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання для поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

- виконання лабораторних завдань і завдань самостійної роботи (мінімально 1 бал – максимально 3 бали). 1 бали – завдання розв’язане на задовільно із зауваженнями. 2 бали – завдання розв’язане на достатньому рівні із незначними зауваженнями. 3 балів – завдання розв’язане на високому рівні без зауважень.

Форма проведення підсумкового контролю – екзамен.

### **Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**

Назви тем та завдань	Кількість балів денна форма				
	завдання з лабораторних робіт	завдання самостійної роботи	Реферати/ презентації	Екзамен	Разом
Тема 1. Сутність електронної торгівлі й інтернет маркетингу.	3	3	10	-	16
Тема 2. Соціальні мережі, як бізнес-майданчик.	3	3		-	6
Тема 3. Формування і реалізація стратегії маркетингу у соціальних мережах.	3	3		-	6
Тема 4. Контент-план та інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах.	3	3		-	6
Тема 5. Створення актуального контенту для цільових аудиторій.	3	3		-	6
Тема 6. Основи копірайтингу.	3	3	10	-	16
Тема 7. Сутність, особливості та показники ефективності таргетингу.	3	3		-	6
Тема 8. Організація роботи з громадськістю у соціальних мережах.	3	3		-	6
Тема 9. Просування товарів (робіт, послуг) в соціальних мережах.	3	3		-	6
Тема 10. Оцінка ефективності маркетингу у соціальних мережах.	3	3		-	6
Екзамен	х	х	х	20	20
Всього	30	30	20	20	100

### **Інформаційні джерела**

1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с.

2. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.

3. Маркетингові комунікації : навч. посіб. для студентів. Київ. нац. ун-т будва і архітектури. - Київ : КНУБА, 2016. 151 с.

4. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влияют на подсознание потребителя. Київ : Попурри, 2018. 336 с.

5. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.
6. Зазимко О.В., Корольчук М.С., Корольчук В.М. Психологія реклами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
7. Ромат Є.В., Микало О.І. Продакт плейсмент : навч. посіб. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 300 с.
8. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.
9. Смарт Роланд. Agile-маркетинг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 208 с.
10. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

### *Допоміжні*

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
3. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.
5. Бойчук І.В., Дмитрів А.Я. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 620 с.
6. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
7. Буднікевич І.М. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 536 с.
8. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
9. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
10. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
11. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.
12. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.
13. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
14. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320 с.
15. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 240 с.
16. Маркетинг : навч. посібник / М. В. Мальчик та ін. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.

17. Освітньо-професійна програма Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. URL:

<https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/5403/oppmarketyngbakalavr.pdf/>

(дата звернення: 01.09.2021).

18. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.

19. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

20. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.

21. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства *АгроСвіт*. 2019. № 18. С. 63–67.

22. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9.

23. Терещенко І.О. Аналіз та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. №2. 2020. С.24-29.

24. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с.

25. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : Наш Формат, 2019. 200 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>

2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.

3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>

4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>

7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>

9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>

11. Журнал «Мир упаковки». URL: <http://packaging.com.ua/magazine-list>

12. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>