

**Кафедра маркетингу  
ПДАУ**

**Дисципліна  
Бізнес у  
соціальних  
мережах**



**Відтепер для  
студентів усіх  
спеціальностей**



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**БІЗНЕС У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

(вибіркова навчальна дисципліна)

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>	Бізнес 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>	Всі спеціальності
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з інформатики

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення 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:**

ЗК 1. Вміння використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

ЗК 18. Уміння розв'язувати поставлені задачі та приймати відповідні обґрунтовані рішення.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні.

### **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 у соціальних мережах і оцінка його ефективності.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 90

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю – залік.

**Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Робоча навчальна програма.

**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин							
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		лекції	лабор.	сам. р		лекції	лабор	сам. р
Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.	23	4	4	15	21	–	–	21
Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик.	23	4	4	15	23	2	–	21
Тема 3. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах.	21	4	2	15	21	–	–	21
Тема 4. Просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах і оцінка його ефективності.	23	4	4	15	25	2	2	21
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>	<b>90</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>84</b>
У т.ч. Індивідуальні завдання	–	–	–	–	30	–	–	30

**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 для денної форми (мінімально 5 бали – максимально 15 балів). 5 бали – завдання розв’язане на задовільно із зауваженнями. 10 бали – завдання розв’язане на достатньому рівні із незначними зауваженнями. 15 балів – завдання розв’язане на високому рівні без зауважень.

- виконання лабораторних завдань для заочної форми та виконання окремих завдань за відповідними темами самостійної роботи (мінімально 5 балів – максимально 10 балів). 7-6 балів – завдання виконані задовільно із значною кількістю помилок та недоліків. 8-9 балів – завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки. 10 балів – завдання виконана на відмінно без зауважень.

- виконання контрольної роботи для заочної форми (мінімально 12 балів – максимально 20 балів). 12...14 балів – завдання виконані задовільно із значною кількістю помилок та недоліків. 15...18 балів – завдання виконана добре із незначною кількістю помилок, або присутні незначні недоліки. 19...20 балів – завдання виконана на відмінно без зауважень.

Форма проведення підсумкового контролю – залік.

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назви тем та завдань	Кількість балів					
	денна форма			заочна форма		
	завдання з лабораторних робіт	завдання самостійної роботи	Разом	завдання з лабораторних робіт	завдання самостійної роботи	Разом
Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.	15	10	<b>25</b>	10	10	<b>20</b>
Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик.	15	10	<b>25</b>	10	10	<b>20</b>
Тема 3. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах.	15	10	<b>25</b>	10	10	<b>20</b>
Тема 4. Просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах і оцінка його ефективності.	15	10	<b>35</b>	10	10	<b>20</b>
<b>Індивідуальне завдання</b>	–	–	–	–	20	<b>20</b>
<b>Всього</b>	<b>60</b>	<b>40</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

### Рекомендовані джерела інформації

#### Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
3. Косар Н. С. Маркетингові дослідження / Н. С. Косар, О. Б. Мних, Є. В. Крикавський, С. В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019.

6. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
7. Парсяк В. Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
8. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

#### **Допоміжні**

1. Терещенко І. О. Методологія формування конкурентної стратегії молочного скотарства підприємства. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва*. 2017. № 2. С. 215–223.
2. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
3. Терещенко І. О., Білецька Д. І. Конкурентні стратегії управління підприємством. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 82–87.
4. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.
5. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства *АгроСвіт*. 2019. № 18. С. 63–67.
6. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9.
7. Терещенко І.О. Аналіз та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. №2. 2020. С.24-29.
8. Яснолоб І.О., Козаченко Ю.А., Терещенко І.О. Особливості та принципи формування ефективної системи екологічного підприємництва. *Інфраструктура ринку*. Випуск 46. 2020. С. 61-67.
9. Яснолоб І.О., Чайка Т.О., Терещенко І.О. Особливості оцінки інтелектуального капіталу в контексті стійкого розвитку аграрного сектору економіки України. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 55-1. 2020. С.56-60.
10. Терещенко І.О., Сердюк Р.Є. Яснолоб І.О. Адміністрування маркетинговою діяльністю виробників органічної продукції при реалізації стратегії еко-інноваційного розвитку *Інфраструктура ринку*. Випуск № 49. 2020. С. 132-137

#### **Інформаційні ресурси**

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.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. 5 правил ведения бизнеса в социальных сетях на примере Facebook URL: <http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-v-socialnyx-setyax-na-primere-facebook/>

8. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях URL: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovuyu-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>

9. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса URL: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>

10. Социальный бизнес с компанией NU SKIN URL: <https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-media-guidelines/social-media-guidelines-ru.pdf>

11. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях URL: <https://webpromoexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/>

12. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях URL: <https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-po-plechu/>.

13. 45 основных терминов в SMM-продвижении URL: <http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/>

14. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. URL: <https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagram/>

15. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? URL: <https://supa.ru/blog/posts/kak-provesti-analitiku-instagram-akkaunta>

16. Как составить контент-план на год URL: <https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/>

17. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради URL: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analitsyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>