



Силабус курсу Бізнес в соціальних мережах

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма «Міжнародний менеджмент»

Рік навчання: 3, Семестр: 6

Кількість кредитів: 5

Мова викладання: українська

Керівник курсу

ППП

Мигаль Оксана Фелікссівна

Контактна інформація o.myhal27@gmail.com, +380676090349

Опис дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Бізнес в соціальних мережах» є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок щодо ефективного використання соціальних мереж як інструменту для просування бізнесу, побудови бренду, взаємодії з клієнтами, підвищення лояльності та збільшення продажів.

Структура курсу

Тема	Результати навчання	Завдання
Тема 1. Поняття бізнесу в соціальних мережах	Отримати базові знання про роль соціальних мереж у бізнесі, їхнє значення для побудови бренду та взаємодії з клієнтами, а також сформулювати розуміння основних підходів до просування продуктів і послуг через соціальні медіа.	Опитування
Тема 2. Дослідження користувачів соціальних мереж. Пошук цільової аудиторії	Вміння визначати та аналізувати цільову аудиторію в соціальних мережах, використовуючи дослідження поведінки користувачів для ефективного таргетування та просування бізнесу.	Опитування
Тема 3. Формування бізнес-стратегії в соціальних мережах	Навички розробки ефективної стратегії присутності бізнесу в соціальних мережах для досягнення маркетингових цілей та підвищення конкурентоспроможності.	Опитування
Тема 4. Основи копірайтингу та відеоблогінгу. Створення ефективного бізнес-контенту в соціальних	Навички створення якісного текстового та відеоконтенту для соціальних мереж, орієнтованого на залучення аудиторії, підвищення впізнаваності бренду та просування бізнесу.	Опитування

мережах		
Тема 5. Особливості ведення бізнесу у Facebook	Розуміння специфіки використання Facebook як платформи для ведення бізнесу, включаючи створення бізнес-сторінок, налаштування рекламних кампаній, аналітику та взаємодію з аудиторією для досягнення маркетингових цілей.	Опитування
Тема 6. Особливості ведення бізнесу в Instagram	Знання про специфіку використання Instagram для бізнесу, включаючи створення привабливого контенту, налаштування реклами, використання аналітики та стратегій взаємодії з аудиторією для ефективного просування бренду.	Опитування
Тема 7. Особливості ведення бізнесу в LinkedIn	Розуміння унікальних аспектів використання LinkedIn для розвитку бізнесу, включаючи побудову професійного іміджу, нетворкінг, контент-маркетинг та використання платформи для залучення потенційних клієнтів і партнерів.	Опитування
Тема 8. Особливості ведення бізнесу у TikTok	Знання про специфіку використання TikTok для бізнесу, включаючи створення креативного та залучаючого контенту, стратегій реклами, аналізу аудиторії та використання трендів для ефективного просування бренду.	Опитування
Тема 9. Особливості ведення бізнесу в інших соціальних мережах	Знання про різноманітні платформи соціальних мереж (такі як Twitter, Pinterest, Snapchat тощо) і їх специфічні особливості для ведення бізнесу, включаючи стратегії контенту, реклами та взаємодії з цільовою аудиторією для досягнення маркетингових цілей.	Опитування
Тема 10. Формування та управління брендом в соціальних мережах	Навички розробки та реалізації стратегій брендингу в соціальних мережах, включаючи створення впізнаваного іміджу, управління репутацією та взаємодію з аудиторією для зміцнення бренду та підвищення лояльності клієнтів.	Опитування

Літературні джерела

1. Болквядзе, Н., Братко, О., & Мигаль, О. 2023. Впровадження штучного інтелекту в бізнес-діяльність компанії. *Економіка та суспільство*, (58). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-81>
2. Даниленко, Н. М. Аналіз ефективності SMM-стратегії для малого бізнесу в Україні. *Вісник економіки та маркетингу*. 2023. № 4. С. 45–51.
3. Іванов, О. М. *Маркетинг у соціальних мережах: теорія та практика*. Київ: КНЕУ, 2021. 256 с.
4. Коваленко, І. П. Стратегія використання соціальних мереж у маркетингових комунікаціях. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. № 3. С. 18–25.
5. Ковальчук, І. В. *Просування бізнесу в соціальних мережах*. Львів: Видавництво ЛНУ ім. І. Франка, 2020. 198 с.
6. Петров, В. А. *Цифровий маркетинг: стратегії та інструменти*. Харків: Видавництво «Фоліо», 2022. 312 с.
7. Семененко, О. Л. Використання соціальних медіа для розвитку бренду: нові можливості для бізнесу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2021. № 2. С. 78–84.
8. Сидоренко, Т. Г. *Інтернет-маркетинг для малого бізнесу*. Одеса: Астропринт, 2023. 284 с.
9. Тищенко, О. С. Соціальні мережі як інструмент розвитку малого бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2020. № 7. С. 95–100.
10. Alalwan, A. A. Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*. 2021. Vol. 54. Article 101385.
11. Barker, M., Barker, D., Bormann, N. *Social Media Marketing: A Strategic Approach*. 2nd ed. Boston: Cengage Learning, 2022. 512 p.
12. Deiss, R., Henneberry, R. *Digital Marketing for Dummies*. New York: Wiley, 2020. 400 p.
13. Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., et al. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*. 2021. Vol. 59. Article 102168.
14. Hennessy, B. *Influencer: Building Your Personal Brand in the Age of Social Media*. Rev. ed. New York: Kensington, 2021. 256 p.
15. Kaplan, A. M., Haenlein, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2020. Vol. 63, Issue 1. P. 59–68.
16. Kawasaki, G., Fitzpatrick, P. *The Art of Social Media: Power Tips for Power Users*. Rev. ed. New York: Portfolio, 2021. 208 p.
17. Miles, J. *Instagram Power: Build Your Brand and Reach More Customers with Visual Influence*. New York: McGraw-Hill, 2022. 304 p.
18. Tafesse, W., Wien, A. A framework for categorizing social media marketing strategies. *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 113. P. 53–65.

Оцінювання

В процесі вивчення дисципліни використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента за 100-бальною шкалою:

Модуль 1		Модуль 2	Модуль 3
40%	40%	5%	15%
Поточне оцінювання	Модульний контроль	Тренінг	Самостійна робота
Визначається як середнє арифметичне з оцінок, отриманих під час практичних занять.	Письмова робота	Оцінка за виконання тренінгового завдання.	Оцінювання виконання завдань СРС.

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)