



Силабус навчальної дисципліни

«СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ»


Освітньо-професійна програма: «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	4 курс
Семестр	8 семестр
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 кредити ЄКТС / 120 годин
Мова викладання	українська та / або англійська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	Предметом вивчення є соціальні медіа як механізм забезпечення інтернет-комунікації у сфері міжнародних економічних відносин та вплив соціальних медіа на міжнародну торгівлю і міжнародний бізнес
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	Метою викладання дисципліни є формування наукових уявлень про специфіку роботи соціальних медіа (соціальних мереж) та їх вплив на сучасний міжнародний бізнес, світовий ринок товарів, послуг процеста інші види міжнародних економічних відносин
Чому можна навчитися (результати навчання)	За результатами дисципліни студенти оволодіють знаннями про сутність та особливості функціонування соціальних медіа, історію та передумови їх виникнення; навчатися класифікувати та типологізувати соціальних медіа; ознайомляться із можливостями їх застосування в міжнародному бізнесі.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Після завершення цього курсу студент буде : а) знати <ul style="list-style-type: none"> - що таке соціальна мережа, які є соціальні мережі, які функції - вони виконують, що означає управляти соціальною мережею; - переваги роботи в соціальній мережі; - інтереси бізнесу і можливості його розвитку в соціальних мережах; - основні соціальні мережі, в яких можна ефективно побудувати бізнес; - способи просування в соціальних мережах; - критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні соціальних мережах; - формули продажного копірайтингу; б) уміти <ul style="list-style-type: none"> - володіти технологією роботи у Facebook, Instagram, Telegram, YouTube; - створювати стратегії просування в соціальних мережах; - визначати головні завдання кампанії просування; - вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти; - створювати і розвивати групи в соціальних мережах; - визначати особливості поведінки цільової аудиторії; - організувати ефективні рекламні кампанії, акції; - аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах; - оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі; - відрізнити аудиторію соціальних мереж і методи роботи в кожній з мереж; - писати продажні пости; - проводити самостійні дослідження соціальних мереж відповідно до розробленої програми; - збирати і обробляти статистику Instagram-сторінки та Facebook-сторінки
Навчальна логістика	Зміст дисципліни: Модуль №1 «Соціальні медіа в міжнародному бізнесі»

	<p>1. Феномен соціальних мереж.Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукошляків.Теорія п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж.Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж. Безпека у соціальних мережах.</p> <p>2. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах.Активність користувачів у соціальних мережах. П'ять основних видів контенту для соціальних мереж. Десять ідей для постів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа. Правила мережного етикету.</p> <p>3. Копірайтинг. Копірайтинг та його види. Особливості та правила написання постів. Стили написання текстів. Загальні недоліки рекламних текстів. Форматування та оформлення публікацій. Формули продажного копірайтингу. Вимоги до копірайтерів.</p> <p>4. Соціальні мережі як бізнес-майданчик.Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Профіль у соціальній мережі як резюме. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Причини невдач у роботі із соціальними мережами. Як вибрати платформу. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок просування в соціальних мережах. Зарубіжний досвід використання.</p> <p>5. Створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах.Що просувати? Ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах. Кроспостинг. Таргетинг. Особливості запуску таргетингової реклами. Ретаргетинг. Причини неефективності таргетингової реклами. Правильне просування бізнесу в соціальних мережах. Сучасні тренди просування у соціальних мережах. Незвичайний бізнес у соціальних мережах.</p> <p>6. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах. Що таке SMM? SMM-фахівець. SMM-стратегія. Контентплан. Курування контенту. Типи і способи курування контенту. Правила успішного курування контенту. Інструменти підбору контенту.</p> <p>7. SMM-стратегії та інструменти просування в соціальних мережах. Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки.</p> <p>8. Ефективність роботи в соціальних мережах.Основні метрики і KPI в інтернет-маркетингу. Метрики Facebook. Ключові метрики Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах. Статистика сторінок Facebook. Аналітика Instagram-акаунта.</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття, самостійна робота.</p> <p>Методи навчання – методи теоретичного дослідження, економіко-математичного аналізу, методики аналізу даних, технології пошуку й обробки інформації, експертного оцінювання, бізнес-кейси, навчальні дискусії, ділові ігри, мозкова атака, презентації тощо.</p> <p>Форми навчання: денна, заочна</p>
Пререквізити	Дисципліна базується на знаннях загальних дисциплін соціально-економічної підготовки
Пореквізити	Може бути корисною при написанні кваліфікаційної роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Губанов Д. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства. / Губанов Д., Чхартишвили А., Новиков Д. М.: Физматлит, 2010. 228 с. 2. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю. Данько // Сучасне суспільство. 2012. Вип. 2. С. 179-184. 3. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. М. : АльпинаПаблицер, 2013. 357 с. 4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжить из соцсетей максимум. Изд.: АльпинаПаблицер, 2017. 344 с. 5. Кремнёв Д. Продвижение в социальных сетях. СПб: Сеть, 2011. 160 с. 6. Серновиц Э. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2012. 339 с.

	<p>7. Филина О. Facebook-эффект для бизнеса и самопиара. Опыт человека, который собрал более 10 миллионов лайков. Книга тренинг. / Филина О. Эксмо, 2015. 256 с.</p> <p>8. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. / Халилов Д. 2-е изд. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.</p> <p>Додаткова:</p> <p>1. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет маркетологов. ООО "Альпина Паблишер", 2018. 304 с.</p> <p>2. Сенаторов А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. М.: Альпина Паблишер. 2015. 156 с.</p> <p>3. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. Изд.: "Альпина Паблишер", 2017. 225с.</p> <p>4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с.</p> <p>Интернет-джерела:</p> <p>1. 45 основных терминов в SMM-продвижении. URL: http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/</p> <p>2. 5 правил ведения бизнеса в социальных сетях на примере Facebook URL: http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-vsotsialnyh-setyah-na-primere-facebook/</p> <p>3. 6 Facebook-метрик, которые не обходимо отслеживать. URL: https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotoryeneobkhodimo-otslezhivat/</p> <p>4. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. URL: https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagrama/</p> <p>5. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. URL: https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html</p> <p>6. Как провести аналитику Instagram-аккаунта? URL: https://supa.ru/blog/posts/kak-proviesti-analitiku-instagram-akkaunta</p> <p>7. Как составить контент-план на год. URL: https://netpeak.net/ru/blog/kak-sostavit-kontent-plan-na-god/</p> <p>8. Обзор методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради. URL: https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyadmetodiv-analotyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html</p> <p>9. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса URL: http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html</p> <p>10. Социальный бизнес с компанией NU SKIN URL: https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-mediaguidelines/social-media-guidelines-ru.pdf</p> <p>11. Стадный инстинкт: как работает бизнес в социальных сетях и насколько велик этот рынок? URL: https://ageyenko.ua/business/2016/05/24/stadnyj-instinkt-kakrabotaet-biznes-v-sotsialnyh-setyah-i-naskolko-velik-etot-rynok/</p> <p>12. Статистика Инстаграм: 5 метрик для продвижения аккаунта в 2019 URL: https://rusability.ru/internet-marketing/statistika-instagram-5-metrik-dlya-prodvizheniya-akkaunta-v-2019/</p> <p>13. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях URL: https://webpromoexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/</p> <p>14. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях URL: https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metodazarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-po-plechu/</p>
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Аудиторний фонд Факультету міжнародних відносин (7 корпус), навчальна лабораторія міжнародних економічних відносин і бізнесу, яка оснащена сучасною комп'ютерною технікою та обладнанням
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Диференційований залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу
Факультет	Факультет міжнародних відносин
Викладач(і)	 <p>ПРОКОПІЄВА АЛІНА АНАТОЛІЇВНА</p> <p>Посада: доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу ФМВ</p> <p>Науковий ступінь: кандидат економічних наук</p> <p>Вчене звання:</p>

	<p>Профайл викладача: http://fmv.nau.edu.ua/structure/department_ua/k_mevb/prof_sklad/ Google Scholar: https://scholar.google.com.ua/citations?view_op=view_org&hl=ru&org=4709891211339170512 Research Gate: https://www.researchgate.net/ ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6745-0485 ResearcherID: https://publons.com/dashboard/settings/permissions/#journal-partnerships Тел.: 406-73-65 E-mail: alinaprokopeva1977@gmail.com Робоче місце: 7-405</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Авторський курс