



**Силабус навчальної дисципліни  
«МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ»  
Освітньо-професійної програми «Маркетинг»**

**Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»**

**Спеціальність: 075 «Маркетинг»**

<b>Рівень вищої освіти</b> (перший (бакалаврський), другий (магістерський))	Перший (бакалаврський)
<b>Статус дисципліни</b>	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
<b>Курс</b>	3
<b>Семестр</b>	5
<b>Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години</b>	4,0/120
<b>Мова викладання</b>	українська
<b>Що буде вивчатися (предмет вивчення)</b>	Курс спрямований на розвиток у здобувачів вищої освіти навичок управління продуктами та послугами в соціальних мережах, знанні особливостей організації профілю в соціальних мережах, у вмінні створювати контент плани, писати пости, проводити акції для збільшення охоплення та збільшення аудиторії профілю, вмінні налаштовувати таргетовану рекламу, та проводити аналітику стосовно її ефективності.
<b>Чому це цікаво/треба вивчати (мета)</b>	Метою вивчення курсу є системи знань щодо теоретичних основ і алгоритмів управління маркетингом в соціальних мережах та оволодіння практичними навичками щодо вибору ефективних інструментів та механізмів успішного просування бізнесу в соціальних мережах; вибір та формування стратегій маркетингу соціальних мереж, плану просування та реалізації ефективних рекламних кампаній.
<b>Чому можна навчитися (результати навчання)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- визначати сферу майбутньої професійної діяльності маркетолога в умовах ринкових відносин та обґрунтовувати доцільність застосування комп'ютерних технологій в процесі навчання та майбутньої роботи;</li> <li>- визначати способи аналізу й передбачення ринкових явищ та процесів на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності;</li> <li>- застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу;</li> <li>- збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію;</li> <li>- пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;</li> <li>- використовувати цифрові, інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію;</li> </ul>

	<p>- визначати профіль Інтернет-користувачів з точки зору проведення маркетингових досліджень та застосовувати он-лайн методи та інструменти для аналізу кон'юнктури ринку;</p> <p>- вміти проводити аналіз відвідуваності сайту для отримання інформації про статистику, тенденції, абсолютні і відносні показники, а також визначати портрет відвідувачів за даними перегляду сайтів і застосовувати інструменти веб-аналітики для прийняття маркетингових рішень</p>
<b>Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)</b>	Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій та методів відповідної науки та характеризується комплексністю й невизначеністю умов.
<b>Навчальна логістика</b>	<p><b>Зміст дисципліни:</b> змістовний модуль №1 «Теоретичні аспекти застосування медіа комунікацій»</p> <p>Тема 1. Сутність маркетингу в соціальних мережах;</p> <p>Тема 2. Стратегії та моделі присутності в соціальних мережах;</p> <p>Тема 3. Формування персональної присутності в соціальних мережах;</p> <p>Тема 4. Місія та особливості використання соціальних мереж, основні принципи роботи;</p> <p>Тема 5. Методи просування в соціальних мережах;</p> <p>Тема 6. Контент-стратегія;</p> <p>Тема 7. Таргетована реклама та реалізація рекламних кампаній;</p> <p>Тема 8. Основи воронки онлайн-продажів та лідогенерації.</p> <p><b>Види занять:</b> лекційні, практичні</p> <p><b>Методи навчання:</b> під час навчальних занять, як практичних, так і лекційних, використовуються наступні методи навчання: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог), наочні (демонстрація, ілюстрація), практичні (рішення задач, ділові ігри).</p> <p><b>Форми навчання:</b> очна, заочна</p>
<b>Пререквізити</b>	Знання з дисциплін: маркетинг, маркетингове ціноутворення, основи електронного маркетингу, маркетингові дослідження, поведінка споживача, маркетингова товарна політика, маркетингові комунікації, загальні та фахові знання, отримані на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти
<b>Пореквізити</b>	Знання з дисципліни можуть бути використані під час вивчення наступних дисциплін: маркетинг інновацій, холістичний маркетинг, хеджування маркетингових ризиків, брендинг, соціально-відповідальний маркетинг, паблік рилейшнз, бізнес-аналітика комунікацій
<b>Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ</b>	<p><b>Навчальна та наукова література:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетингові дослідження: конспект лекцій/ МОН України, Національний авіаційний університет; Загорулько В.М., Коваленко О.В., Скиданенко Н.В., уклад. – Київ: НАУ, 2015. – 76 с.– Електронна мультимедійна бібліотека</li> <li>2. Дубовик Тетяна Віталіївна Інтернет-маркетингові комунікації: монографія/ МОН України, Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ: КНТЕУ, 2014. – 332 с.</li> <li>3. Заррелл Д. Інтернет-маркетинг по науці / Д. Заррелл. - К.: Манн, Іванов і Фербер, 2014. - 192 с.</li> <li>4. Халлиган Б. Маркетинг в Інтернеті. Як залучити клієнтів за допомогою Google, соціальних мереж і блогів / Б. Халлиган, Д. Шах. - К.: Манн, Іванов і Фербер, 2015. - 224 с</li> <li>5. Кеннеді Д. Жорсткий SMM. Вичавити з соцмереж максимум. Вид. Паблішер, 2017. 344 с.</li> </ol>

	<p>6. Філіна О. Facebook-ефект для бізнесу і самопіару. Досвід людини, який зібрав понад 10 мільйонів лайків. Книга-тренінг. / Філіна О. Ексмо, 2015. 256 с.</p> <p>7. Крюкова Е., Савельєв Д. 100+ хаков для інтернет-маркетологів. ТОВ «Альпіна Паблішер», 2018. 304 с.</p> <p><b>Репозитарій НАУ:</b> Посилання на вкладені в репозитарій авторські конспект лекцій, методичні рекомендації, які пройшли процедуру затвердження на ВР факультету або на ВР Університету, а також ото наукові статті, дисертація, тощо</p>	
<b>Локація та матеріально-технічне забезпечення</b>	Аудиторія теоретичного навчання, науково-навчальна лабораторія, мережа Інтернет, мультимедійне обладнання	
<b>Семестровий контроль, екзаменаційна методика</b>	Залік, тестування	
<b>Кафедра</b>	Маркетингу	
<b>Факультет</b>	Економіки та бізнес-адміністрування	
<b>Викладач(і)</b>		<p><b>ПІБ викладача:</b> Фісун Юлія Володимирівна  <b>Посада:</b> старший викладач  <b>Науковий ступінь:</b>  <b>Вчене звання:</b>  <b>Профайл викладача:</b>  <a href="http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/169-fisun-yuliya-volodimirivna">http://feba.nau.edu.ua/details-menu/34-kafedra-marketingu/sklad-kafedri-marketingu/169-fisun-yuliya-volodimirivna</a>  <b>Тел.:</b> +38(044)406-77-43  <b>E-mail:</b> yuliia.fisun@npp.nau.edu.ua  <b>Робоче місце:</b> 2-202</p>
<b>Оригінальність навчальної дисципліни</b>	Авторський курс	
<b>Лінк на дисципліну</b>		