

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра маркетингу та реклами

СИЛАБУС

КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ / COMMUNICATION IN SOCIAL MEDIA

Інформація про викладача	
Викладач	Якушевська Оксана
Науковий ступінь	кандидат економічних наук
Вчене звання	-
Посада	доцент
Адреса кафедри	вул. Соборна, буд. 87, корп.1, каб. 28, м. Вінниця, 21050
Контактний телефон	(0432) 55-04-02
E-mail:	ksynia.82@ukr.net; o.yakushevaska@vtei.edu.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	Доступна за посиланням: http://moodle.vtei.edu.ua/course/
Інформація про освітній компонент	
Статус компоненту	вибірковий
Освітній ступінь	молодший бакалавр, бакалавр
Навчальний рік	2024-2025
Анотація курсу	<p>Нові медіа спричинили появу нових типів діяльності контекстної чи таргетованої реклами, соціального медіа маркетингу, SEO – оптимізації, необхідність використання e-mail маркетингу, youtube каналу, а також акаунтів) у соціальних мережах, адже вони стали сучасною платформою для бізнесу та ефективного просування товарів і послуг.</p> <p>Освітній компонент спрямований на опанування соціального медіа маркетингу, що є необхідним для створення контенту та просування індивіда, продукту чи організації у соціальних мережах за допомогою сучасних комунікацій.</p> <p>Метою освітнього компоненту є опанування здобувачами вищої освіти соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.</p>
Мова викладання	Українська
Результати навчання	Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію; демонструвати вміння та застосовувати сучасні підходи щодо створення цифрового тіла бізнесу та просування його за допомогою сучасних методів інтернет-маркетингу.

Тематичний план та оцінювання результатів навчання

Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	Бальна оцінка	
	Усього годин / кредитів	з них				
		лекції	практичні заняття			самостійна робота студентів
1	2	3	4	5	6	7
Тема 1. Соціальні мережі в структурі сучасного суспільства.	18	4	4	10	РМГ, РПЗ, П	10
Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах.	14	2	2	10	УД, РМГ, РПЗ	5
Тема 3. Маркетингова стратегія соціальних мереж.	18	4	4	10	РМГ, РПЗ, П	10
Тема 4. Особливості створення контенту для соціальних мереж.	18	4	4	10	РМГ, РПЗ, П	10
Тема 5. Характеристика та особливості просування в facebook.	18	4	4	10	УД, РМГ, РПЗ	10
Тема 6. Просування в Тік-Ток: особливості та ефективне використання майданчика.	18	4	4	10	В, РПЗ, П	10
Тема 7. Стратегія просування та реклама в instagram.	18	4	4	10	В, РПЗ, П	10
Тема 8. Linkedin і twitter як інструмент просування бізнесу.	18	4	4	10	В, РПЗ, П	10
Тема 9. Рекламний інструментарій популярних соціальних мереж: facebook, Tik-Tok, instagram, linkedin, twitter.	18	4	4	10	В, РПЗ, П	10
	22			22	ІЗ	15
Разом	180/6	34	34	112		100
Підсумковий контроль-екзамен						

Поточний контроль / критерії оцінювання	<p>Перелік умовних позначень форм контролю та оцінка їх у балах: В – відповідь на практичних заняттях – 1 бал. УД – участь у дискусії – 2 бали. РМГ – робота в малих групах – 1 бал. РЗ – розв’язування задач – 2 бали. РПЗ – розв’язання практичних завдань – 2 бали. П – презентація – 2 бали. ІЗ – індивідуальні завдання – 15 балів (курси на платформі Prometheus або на інших сервісах – 5 балів; участь у наукових заходах – 5 балів; презентація індивідуального проекту – 5 балів). Загальна сума за поточну навчальну роботу (аудиторну та самостійну) за семестр – 100 балів.</p>
Основні літературні та Інформаційні джерела	<ol style="list-style-type: none"> 1. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с. 2. Виноградова О. В., Недопако Н.М. Маркетинг у соціальних мережах. Навчальний посібник. Київ : ДУТ, 2022. 202 с. 3. Гвоздева А. А., Філіна О. В.. Реклама у фейсбуку та інстаграмі. Книга-інструкція з налаштування рекламних кампаній та керування ними. Актуальний Інтернет-маркетинг. Видано Міжнародним фондом соціальної адаптації за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Королівства Норвегія. Київ : ТОВ «Гнозіс», 2021. 110 с. 4. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-Букс, 2018. 208с. 5. Якушевська О.В. Використання штучного інтелекту в маркетингу. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 149-151.
Політика освітнього компоненту	
Організація навчання	<p>Організація навчання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу здобувачів вищої освіти. Викладання освітнього компоненту передбачає поєднання традиційних форм аудиторного та самостійного навчання, з елементами електронного навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як СУН Moodle; освітні онлайн-платформи (Prometheus, Coursera, Дія. Освітні серіали та інші); інтерактивні елементи; онлайн-консультування тощо.</p>
Відпрацювання пропусків занять	<p>Пропущені лекційні та практичні заняття здобувач вищої освіти повинен відпрацювати під час індивідуально-консультативної роботи з викладачем. Здобувач вищої освіти, який бажає відпрацювати пропущене заняття, повинен мати при собі: допуск з деканату на відпрацювання пропущеного заняття; конспект, в якому міститься домашня робота за відповідною темою; довідку про проходження тестів по темі, яку було пропущено, у СУН Moodle. Завершальним етапом відпрацювання пропущеного заняття є усне опитування здобувача вищої освіти по даній темі.</p>

Допуск до підсумкового контролю	<p>Підсумковий контроль – екзамен. До екзамену допускаються всі здобувачі, які набрали за результатами поточної роботи протягом семестру 60 балів.</p> <p>Результат підсумкового контролю (екзамен) з освітнього компоненту для здобувачів очної форми навчання визначається як середньоарифметична сума балів поточної роботи та екзамену.</p> <p>Кращим здобувачам, які повністю виконали програму з освітнього компоненту, виявили активність в науково-дослідній роботі за відповідною тематикою, стали призерами студентських олімпіад, виступали на конференціях та за результатами поточної роботи набрали 90 і більше балів, науково-педагогічний працівник має право виставити результат екзамену без опитування (при усному екзамені) чи виконання екзаменаційного завдання (при письмовому екзамені).</p>
Академічна доброчесність	Для забезпечення академічної доброчесності здобувачам вищої освіти необхідно дотримуватися Положення про дотримання академічної доброчесності педагогічними і науково-педагогічними працівниками та здобувачами освіти.
Інші складові політики компоненту	<p>На підсумковий контроль виносяться тестові завдання, теоретичні питання, задачі / ситуаційні вправи, що передбачають перевірку розуміння здобувачами вищої освіти програмного матеріалу освітнього компоненту в цілому та рівня досягнення відповідних результатів навчання.</p> <p>Екзамени проводяться за білетами, складеними науково-педагогічними працівниками та розглянутими на засіданні кафедри і затвердженими завідувачем кафедри.</p>

Затверджено на засіданні кафедри протокол № 03 від 15.01.2024

Науково-педагогічний працівник

Оксана ЯКУШЕВСЬКА

Завідувач кафедри

Ірина ПОЛЩУК