

**Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**  
**Економічний факультет**  
**Кафедра маркетингу, інновацій та регіонального розвитку**

**СИЛАБУС**  
**навчальної дисципліни**

**Інстаграм, Фейсбук, ТікТок**

**Освітньо-професійна програма:** «Маркетинг»

**Спеціальність:** 075 Маркетинг

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

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

**Факультет, на якому здійснюється підготовка фахівців:** Економічний факультет

**Мова навчання:** Українська

**Розробники:** Юрій Тетяна Петрівна к.е.н., асистент

**Профайл викладача (-ів)** <http://mmix.cv.ua/pro-kafedru>

**Контактний тел.** 0372 585080

**E-mail:** [t.yuriy@chnu.edu.ua](mailto:t.yuriy@chnu.edu.ua)

**Сторінка курсу в Moodle**

**Консультації**

Онлайн-консультації: Понеділок з 13.00 до 14.00

Офлайн консультації: Вівторок з 13.00-14.00

### **1. Анотація дисципліни (призначення навчальної дисципліни).**

Навчальна дисципліна “Інстаграм, Фейсбук, ТікТок” є загальнотеоретичні положення та докладні інструкції, що розкривають особливості виникнення та функціонування соціальних мереж як майданчиків для розгортання та підтримки бізнес-проектів.

**2. Мета викладання дисципліни** – сформулювати у студентів необхідний обсяг теоретичних і практичних знань про механізми успішного просування бізнесу в соціальних мережах.

**3. Пререквізити.** Курс “Інстаграм, Фейсбук, ТікТок” має комплексний та міждисциплінарний характер. Теоретичним та практичним контекстом для вивчення дисципліни можуть бути курси: «Мікроекономіка», «Маркетинг».

**4. Результати навчання.** Вивчення навчальної дисципліни передбачає досягнення такого кваліфікаційного рівня підготовки студента, за якого він повинен **знати:**

- 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;

- критичні помилки, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах;

- формули продажного копірайтингу;

#### **Уміти:**

- володіти технологією роботи у Instagram, Facebook, TikTok;

- 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;

- організовувати ефективні рекламні кампанії, акції;

- аналізувати показники ефективності роботи в соціальних мережах;

- оцінювати ефективність роботи в соціальній мережі;

- відрізняти 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, Facebook-сторінки, TikTok-сторінки.

## 5. Опис навчальної дисципліни

### 5.1. Загальна інформація

Назва навчальної дисципліни «Економіка бізнесу»												
Форма навчання	Рік підготовки	Семестр	Кількість			Кількість годин					Вид підсумкового контролю	
			кредитів	годин	змістових модулів	лекції	практичні	семінарські	лабораторні	самостійна робота		індивідуальні завдання
Денна	2023/2024	IV	3	90		15	30			45		залік

### 5.2. Структура змісту навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма						заочна форма						
	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 1. Соціальні мережі як бізнес-майданчик</b>												
Тема 1. Феномен соціальних мереж. Соціальні мережі як бізнес-майданчик		2	2			5							
Тема 2. SMM-стратегія та інструменти просування в соціальних мережах		2	4			5							
Тема 3. Створення сторінок у соціальних мережах		2	4			7							
Тема 4. Контент-стратегія		2	3			6							
Разом за ЗМ1	45	8	15			25							
<b>Теми лекційних занять</b>	<b>Змістовий модуль 2. Основні інструменти просування у соціальних мережах</b>												
Тема 5. Стратегія просування у соціальних мережах		2	4			5							
Тема 6. Рекламне просування у Instagram, Facebook, TikTok;		2	4			5							
Тема 7. Ефективність роботи в соціальних		2	4			5							

мережах												
Тема 8. Інструменти для аналітики соціальних мереж		1	3			5						
Разом за ЗМ 2	45	7	15			20						
<b>Усього годин</b>	90	15	30			45						

### 5.3. Зміст завдань для самостійної роботи

№	Назва теми
1	Брендинг та візуальне оформлення сторінок в соціальних мережах
2	Рекламні можливості Instagram, Facebook, TikTok
3	Налаштування таргетованої реклами
4	Встановлення Facebook Pixel, робота в Facebook Ads Manager
5	Рекламні кампанії в Google, TikTok, YouTube, Telegram
6	Створення мобільної фотографії та stories
7	Правила копірайтингу для соціальних мереж
8	Influence-маркетинг та робота з лідерами думок
9	Ретаргетинг, повернення клієнтів і повторні продажі

## 6. Критерії оцінювання результатів навчання з навчальної дисципліни

Контрольні заходи включають поточний та підсумковий контроль знань студента. Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та інших видів занять, самостійної роботи і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Підсумковий контроль проводиться з метою оцінки результатів навчання на завершальному етапі.

Загальна кількість балів, яку студент може отримати у процесі вивчення дисципліни протягом семестру, становить 100 балів, з яких 60 балів студент набирає при поточних видах контролю і 40 балів – у процесі підсумкового виду контролю (заліку чи екзамену).

Кількість балів за кожний навчальний елемент виводиться із суми поточних видів контролю. Кількість балів за модуль дорівнює сумі балів, отриманих за навчальні елементи даного модуля. Максимальна кількість балів складає: за 1 модуль – 30; 2 модуль – 30 балів.

Студент, який набрав протягом нормативного терміну вивчення дисципліни 60 балів та виконав навантаження за всіма кредитами, має можливість не складати залік і отримати набрану кількість балів як підсумкову оцінку або складати залік з метою підвищення свого рейтингу за цією навчальною дисципліною. Якщо студент набрав менше 35 балів, він не допускається до складання заліку.

Підсумкова оцінка за навчальну дисципліну, з якої складається екзамен, виводиться із суми балів поточного контролю за модулями (до 60 балів) та модуля-контролю (заліку) – до 40 балів. Якщо студент за власною ініціативою, бажанням, крім обов’язкових видів контролю (60 балів), виконує додаткові види роботи (фіксовані виступи, реферати, статті, участь в олімпіадах, наукових конференціях тощо), при цьому набравши додатково не менше 30 балів, може отримати оцінку за іспит автоматично.

**Критерії оцінки:** відмінно – А – 90-100 балів; добре – В – 80-89 балів; добре – С – 70-79 бали; задовільно –D – 60-69 бали; задовільно – Е – 50-59 бали; незадовільно з можливістю перездачі – Fx – 35-49 бали; незадовільно з обов’язковим повторним курсом – F – 0-34 бали. Найбільшу кількість балів студент заробляє на протязі семестру на практичних заняттях – до 60 балів.

**Шкала оцінювання: національна та ЄКТС**  
(для 1-3, 5-6 курсів)

Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
	Оцінки (бали)	Пояснення за розширеною шкалою
<b>Відмінно</b>	A (90-100)	Відмінно
<b>Добре</b>	B (80-89)	Дуже добре
	C (70-79)	Добре
<b>Задовільно</b>	D (60-69)	Задовільно
	E (50-59)	Достатньо
<b>Незадовільно</b>	FX (35-49)	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
	A (1-34)	Незадовільно (з обов’язковим повторним курсом)

Студент, який не отримав позитивні оцінки за підсумками роботи над кожним модулем, вважається не атестованим та не допускається до складання іспиту/заліку. Допущеним до складання іспиту/заліку студент може бути лише у разі відпрацювання всього матеріалу, передбаченого навчальним планом у повному обсязі, або тієї частини навчального матеріалу, за який отримано незадовільну оцінку, або за яким він не атестований.

**Види та форми контролю**

Формами поточного контролю є усна чи письмова (тестування, есе, реферат, творча робота, лабораторна робота) відповідь студента та ін.

*Формами підсумкового контролю є залік – 40 балів*

**Засоби оцінювання**

Засобами оцінювання та демонстрування результатів навчання можуть бути:

- відео-презентації результатів виконання завдань;

- захист кейсів зі створення стратегії просування бізнес-сторінок в соціальних мережах;
- презентації результатів виконання практичних завдань;
- тренінги;
- розрахункові, графічні, розрахунково-графічні роботи;

**Розподіл балів, які отримують студенти  
Для прикладу (залік)**

Поточне оцінювання (аудиторна та самостійна робота)								Кількість балів (залік)	Сумарна к-ть балів
Змістовий модуль №1				Змістовий модуль №2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
6	7	7	7	7	8	7	8		

### 7. Рекомендована література

**Основна:**

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+ / Н. Ермолова. М. : Альпина Паблишер, 2013. 357 с
4. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Изд. Альпина Паблишер, 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.
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.
8. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. / Халилов Д. 2-е изд. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. 240 с.

**Додаткова:**

1. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов. ООО «Альпина Паблишер», 2018. 304 с.
2. Сенаторов А. Бизнес в Instagram. От регистрации до первых денег. М.: «Альпина Паблишер». 2015. 156 с.

3. Смит К. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. Изд.: «Альпина Паблишер», 2017. 225с.

4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с.

### **Інформаційні ресурси**

1. 45 основных терминов в SMM-продвижении [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/>

2. 5 правил ведения бизнеса в социальных сетях на примере Facebook [Электроний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kokh.ru/5-pravil-vedeniya-biznesa-v-socialnyh-setyah-na-primere-facebook/>

3. 6 Facebook-метрик, которые необходимо отслеживать [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.likeni.ru/analytics/6-facebook-metrik-kotorye-neobkhodimo-otslezhivat/>

4. Как оценить эффективность рекламы в Instagram: ТОП 3 показателя + 5 способов. [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://conversion.su/blog/pokazateli-effektivnosti-instagram/>

5. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://texterra.ua/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovuyu-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>

6. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analytyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>

7. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>

8. Социальный бизнес с компанией NU SKIN [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://www.nuskin.com/content/dam/eu-library/social-media-guidelines/social-media-guidelines-ru.pdf>

9. Стадный инстинкт: как работает бизнес в социальных сетях и насколько велик этот рынок? [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://ageyenko.ua/business/2016/05/24/stadnyj-instinkt-kak-rabotaet-biznes-v-sotsialnyh-setjah-i-naskolko-velik-etot-rynok/>

10. Сценарии поведения бизнеса в социальных сетях [Электроний ресурс]. - Режим доступа: <https://webpromoexperts.com.ua/blog/socialnye-seti-ne-prodayut/>

11. ТОП-4 проверенных метода заработка в социальных сетях [Электроний ресурс]. -  
Режим доступа: [https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh- metoda-zarabotka-v-sotsialnyh- setyah-kotorye-vam-po-plechu/](https://arena.ua/2017/07/17/top-4-proverennyh-metoda-zarabotka-v-sotsialnyh-setyah-kotorye-vam-po-plechu/).