

Код та назва дисципліни	1-075-10 Маркетинг в соціальних мережах
Рекомендується для галузі знань <sup>2</sup> (спеціальності, освітньої програми)	економічні
Кафедра (азначати офіційний шифр)	маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Шевченко Т.С.
Рівень ВО	перший (бакалаврський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) <sup>3</sup>	можливо 3
Мова викладання	українська
Пререквізити <sup>4</sup> (передумови вивчення дисципліни)	-
Що буде вивчатися	Поняття, цілі та перспективи маркетингу в соціальних мережах; особливості онлайн-комунікацій. Стратегії просування у різних нішах. Контент для ведення соціальних мереж. Залучення клієнтів в соціальних мережах. Можливості таргетованої реклами в соціальних мережах
Чому це цікаво/треба вивчати	Знати основні поняття в соціальних мережах, створювати портрет цільової аудиторії; знати, як скласти унікальну ціннісну пропозицію; вміти створювати ефективну посадкову сторінку, знати можливості таргетованої реклами в соціальних мережах.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати маркетингові показники, обґрунтовувати рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі; здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів; здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
Інформаційне забезпечення	Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence : Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing (Vol. 5 edition). New York: Routledge. Retrieved from <a href="http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;site=eds-live&amp;db=nlebk&amp;AN=1496981">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;site=eds-live&amp;db=nlebk&amp;AN=1496981</a> Калінін Олександр Потік клієнтів з FACEBOOK та INSTAGRAM. Як заробляти за допомогою соціальних мереж: Настільна книга для підприємців і фахівців / О. Калінін, І. Осецимський, О. Аль-Ватар. – Одеса: Бондаренко М. О., 2019. – 190 с. Інтернет-маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ebiblio.ru/book/bib/07_marketing/Internet_marketing/up.html">http://ebiblio.ru/book/bib/07_marketing/Internet_marketing/up.html</a>
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, лабораторні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів <sup>5</sup>	-
Мінімальна кількість здобувачів <sup>5</sup> (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-