

Код та назва дисципліни	2-075-6 Маркетинг соціальних мереж
Рекомендується для галузі знань ² (спеціальності, освітньої програми)	Галузі знань 07 «Управління та адміністрування», 05 «Соціальні та поведінкові науки», 24 «Сфера обслуговування»
Кафедра (зазначати офіційний шифр)	Маркетингу та міжнародного менеджменту
П.І.П. НПП (за можливості)	Шевченко Т.С. – кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри маркетингу та міжнародного менеджменту
Рівень ВО	другий (магістерський)
Курс, семестр (в якому буде викладатись) ³	1 курс
Мова викладання	українська
Пререквізити ⁴ (передумови вивчення дисципліни)	Попередньо опановані навчальні дисципліни, на яких базується вивчення Інтернет-технологій в маркетингу
Що буде вивчатися	Особливості різних соціальних мереж та процеси розробки проекту просування продукту в цих мережах; параметри, що чинять вплив на просування продукту у соціальних мережах; специфіка поведінки користувачів соціальних медіа.
Чому це цікаво/треба вивчати	В межах опанування дисципліни вивчаються новітні підходи соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.
Чого можна навчитися (результати навчання)	Вміти визначити цільову аудиторію, завдання та комунікативну стратегію у соціальних мережах; розробити стратегію просування для певного продукту, компанії у соціальних мережах; формувати контент для наповнення сторінок чи спільноти у соціальних мережах; провести моніторинг соціальних мереж; оцінити ефективність рекламних та PR заходів у соціальних мережах; писати продаючи пости.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Здатність використовувати соціальні медіа в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
Інформаційне забезпечення	1. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1660_62195029.pdf 2. Недопако Н.М. Інструменти цифрового маркетингу: теоретичний аспект. Економіка. Менеджмент. Бізнес. -2020. - №2. – С. 43-48.
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	Лекції, лабораторні заняття
Вид семестрового контролю	Диференційований залік
Максимальна кількість здобувачів ⁵	-
Мінімальна кількість здобувачів ⁵ (тільки для мовних та творчих дисциплін)	-

Декан факультету

Тетяна ГРИНЬКО