



Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Кафедра маркетингу

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

декан фінансово-економічного факультету

Пілова К.П. \_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»**

Галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки 07 Управління та адміністрування 24 Сфера обслуговування 29 Міжнародні відносини
Спеціальність	051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Статус	вибіркова (фахова)
Загальний обсяг	4 кредити ЄКТС (120 годин)
Форма підсумкового контролю	залік
Термін викладання	7-й семестр, 13-14 чверті
Мова викладання	українська

Викладач: к.е.н., доцентка кафедри маркетингу Куваєва Т.В.

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_»\_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_»\_\_ 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2024

Робоча програма навчальної дисципліни «Маркетинг у соціальних мережах» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. Д.: НТУ «ДП», 2024. 16 с.

Куваєва Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання;
- базові дисципліни (за наявності);
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки здобувачів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм.

Погоджено рішенням засідання кафедри маркетингу (протокол №3 від 23.10.2024 р.).

## ЗМІСТ

1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	4
2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ .....	4
3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	4
5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	5
6. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ .....	6
6.1. Шкали.....	6
6.2. Засоби та процедури .....	6
6.3. Критерії .....	9
7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	13
8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	14

## 1. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета дисципліни** – є формування системи теоретичних знань у сфері маркетингу в соціальних мережах та набуття практичного досвіду використання інструментів соціальних медіа для реалізації стратегічних рішень у динамічному бізнес-середовищі.

## 2. ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними компетентностями, в результаті вивчення навчальної дисципліни «Маркетинг в соціальних мережах», що є вибірковою дисципліною, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ДРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	Зміст	
ДРН-01	знати основні інструменти та методи маркетингу в соціальних мережах	
	вміти визначати маркетингові інструменти соціальних мереж для просування продукту	
ДРН-02	вміти аналізувати бізнес-ситуацію у соціальних мережах	
ДРН-03	вміти розробляти стратегію просування у соціальних мережах	
ДРН-04	аналізувати та планувати поведінку суб'єктів у сфері соціальних медіа	
ДРН-05	створювати контент для соціальних мереж	
ДРН-06	вміти застосовувати інструменти маркетингу в соціальних мережах для просування та презентації продукту на ринку	
ДРН-07	вміти економічно оцінити можливості просування через соціальні мережі	

## 3. БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Базовими дисциплінами є освітні компоненти, що вивчалися здобувачами на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, які формують компетентності зі здатності до ініціативності, відповідальності та навичок щодо безпечної діяльності майбутнього профілю роботи.

## 4. ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Розподіл за формами навчання, години				
	денна			заочна	
	обсяг	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	60	26	34	6	54
практичні	60	26	34	6	58
<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>	<b>52</b>	<b>68</b>	<b>12</b>	<b>108</b>

## 5. ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ПР	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>60</b>
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05	<b>Тема 1. Соціальні мережі: основні поняття та сучасні тренди.</b> 1.1. SMM: місце у структурі сучасного онлайн-маркетингу. 1.2. Розуміння соціальних мереж. Огляд популярних соціальних мереж. 1.3. Причини використання соціальних медіа для просування бізнесу та створення свого бренду. 1.4. Огляд цілей і можливостей соціальних мереж.	6
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06	<b>Тема 2 Класифікація соціальних мереж, основні різновиди контенту.</b> 2.1. Типи соціальних мереж. Оптимізація вмісту для сайтів соціальних мереж. 2.2. Різновид контенту у соціальних мережах. 2.3. Визначення цілей маркетингу в соціальних мережах, таких як eWOM, Customer Evangelists.	6
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06 ДРН-07	<b>Тема 3. Стратегічне планування SMM.</b> 3.1. Обґрунтування цілей і задач компанії в соціальних мережах. 3.2. Основні підходи до аналізу цільової аудиторії. 3.3. Аналіз конкурентів. Методи та критерії оцінки. Основна метрика порівняння. 3.4. Знайомство з інструментами та програмами соціальних медіа в бізнесі. 3.5. Вибір пріоритетних каналів комунікації. Розуміння набору альтернатив соціальних мереж. 3.6. Огляд оптимізації соціальних мереж. Методи оптимізації соціальних мереж.	6
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-07	<b>Тема 4. Маркетинг у Facebook.</b> 4.1. Структура Facebook: сторінки та профілі. 4.2. Налаштування сторінки та ритм публікації. 4.3. Використання реклами у Facebook.	6
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-07	<b>Тема 5. Стратегія просування бренду у Instagram.</b> 5.1. Контент для Instagram: візуал та текст. Візуальні редактори для створення та обробки контенту. 5.2. Контент-план та відстеження ефективності контенту 5.3. Генерація ідей та схеми тексту. 5.4. Просування в Instagram. Лідери думок: аналіз, підбір та нюанси роботи з інфлюенсерами. 5.5. SMM-механіка у соціальних мережах. Колаборації, партнерства, розіграші подарунків (giveaway), конкурси. 5.6. Оцінка SMM ефективності в Instagram.	6
ДРН-01 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-07	<b>Тема 6. Особливості просування в Телеграм.</b> 6.1. Створення Телеграм-каналу. Використання ботів для розміщення публікацій. 6.2. Робота зі статистикою та відгуками. 6.3. Розробка чат-ботів для комунікацій з цільовою аудиторією.	8

ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-07	<b>Тема 7. Таргетинг в системі просування.</b>	8
	7.1. Створення акаунту та робота з Ads Manager.	
	7.2. Запуск та налаштування реклами через Ads Manager та Instagram.	
	7.3. Підготовка та сегментація аудиторії для рекламних кампаній.	
	7.4. Види і типи рекламних кампаній. Планування бюджету.	
	7.5. KPI, ремаркетинг та аналіз ефективності кампаній.	
ДРН-01 ДРН-03 ДРН-05 ДРН-06	<b>Тема 8. Рекламні креативи.</b>	8
	8.1. Формати креативів та обов'язкові складові для них.	
	8.2. Брендбук як основа візуальної концепції бренду в соцмережах.	
	8.3. Правила оформлення профілю в Instagram та Facebook. Тренди візуального оформлення соцмереж.	
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-04 ДРН-06	<b>Тема 9. Tone of Voice. Коментарі, особисті повідомлення, реакції на негатив.</b>	6
	9.1. Сутність та поняття Tone of Voice.	
	9.2. Механізм роботи з коментарями та в особистих повідомленнях.	
	9.3. Типи підписників. Робота з негативом.	
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>60</b>
ДРН-01 ДРН-02 ДРН-03 ДРН-04 ДРН-05 ДРН-06 ДРН-07	Тема 1. Аналіз цільової аудиторії бренду методом 5W М. Шеррингтона. Формулювання характеристик цільової аудиторії.	6
	Тема 2. Аналіз соціальних мереж: види соціальних мереж; тип контенту в соціальних мережах, аналіз структури контенту, аналіз статистики соціальних мереж. Аналіз соціальних мереж конкурентів.	6
	Тема 3. Інструменти управління командними проектами в контексті SMM. Засоби автоматизації та моніторингу.	6
	Тема 4. Формулювання цілей просування компанії у соціальних мережах. Типи SMM стратегій. Можливості планування SMM-кампаній. Обґрунтування SMM стратегії.	6
	Тема 5. Визначення основних інструментів просування в соціальних мережах. Робота з рекламними інструментами соціальних мереж. Дослідження ринку в соціальних мережах.	6
	Тема 6. Робота з контентом. Оптимізація контенту відповідно до соціальних мереж та аудиторій. Створення і реалізація контент-плану, рубрикація. Візуал: дизайн програми для SMM. Організація зйомки. Створення візуалу.	8
	Тема 7. Огляд рекламних можливостей, цілей в Ads Manager. Налаштування реклами, створення аудиторії.	8
	Тема 8. Показники ефективності SMM. Варіанти запуску реклами та параметри, за якими відстежуватимемо ефективність запущеної реклами: відображення потрібних показників та автоматичне вивантаження.	8
	Тема 9. Місце ситуативного контенту в SMM. Робота з аудиторією, коментарями і негативом.	6
	<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>

## 6. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ТА ВИМОГИ

Оцінювання досягнень здобувачів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до Положення університету «Про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти», <https://cutt.ly/RER787v>. Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання здобувачів за дисципліною.

### 6.1. Шкали

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних здобувачів.

#### Шкали оцінювання навчальних досягнень здобувачів НТУ «ДП»

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховуються, якщо здобувач отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації відповідно до Положення про організацію освітнього процесу НТУ «ДП».

### 6.2. Засоби та процедури

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності здобувачів за вимогами НРК до 6-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Здобувачі на контрольних заходах мають виконувати завдання, орієнтовані на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики, що надаються здобувачам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

## Засоби діагностики та процедури оцінювання

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	2 контрольні роботи	відповідь на контрольні запитання	протягом семестру передбачено 4 контрольні роботи (КР) та 9 індивідуальних завдань  або  залік (комплексна контрольна робота (ККР))	визначення суми результату поточних контролів   або  складання заліку
практичні	індивідуальні завдання за кожною темою та 2 контрольні роботи	виконання індивідуальних завдань під час практичних занять та самостійної роботи  відповідь на контрольні запитання		

Під час поточного контролю практичні заняття оцінюються якістю виконання завдань.

Здобувачі вищої освіти отримують підсумкову оцінку з навчальної дисципліни на підставі поточної успішності або складання заліку.

Поточна успішність складається з успішності за чотири контрольні роботи (12,5 балів кожна), оцінок за роботу на практичних заняттях (оцінюється 9 занять по 2 бали, максимально здобувач може отримати 18 балів) та оцінок за виконання самостійної роботи (оцінюється 9 презентацій, які захищаються на практичних заняттях, де кожна оцінюється максимально по 3,55 балів), додаткові бали – 0,05 за участь в тематичних конференціях, кейс-змаганнях, просуванні університету у соціальних мережах тощо. Отримані бали за контрольні роботи, практичні заняття та виконання самостійної роботи додаються. Максимально за поточною успішністю здобувач може набрати 100 балів.

За відсутності можливості виставлення оцінки за поточною успішністю студент складає залік (комплексна контрольна робота), яка складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина містить 3 розгорнуті відкриті запитання, які оцінюються у 10 балів, та 5 тестів, що оцінюються у 4 бали. Практична частина складається з двох кейс-завдань, кожний оцінюється у 25 балів. Максимально за залік здобувач може набрати 100 балів.

<b>Підсумкове оцінювання</b>	Залік відбувається у формі комплексної контрольної роботи, робота складається з теоретичної та практичної частин. Теоретична частина містить 3 розгорнуті відкриті запитання, правильна відповідь на які оцінюються у 10 балів, та 5 тестів. Відкриті запитання оцінюються шляхом співставлення з еталонними відповідями. Кожний тест має один правильний варіант відповіді. Правильна відповідь на тестове завдання оцінюється у 4 бали. Практична частина складається з двох кейс-завдань, кожний оцінюється у 25 балів. Максимальна кількість балів за залік складає 100
------------------------------	---



<b>Практичні заняття</b>	Практичні кейси, дискусії, де відпрацьовуються креативність, гнучкість, командна взаємодія, критичне мислення. Відбувається відповіді на запитання за темою, вирішення ситуативних завдань. Максимально оцінюються у 18 балів (9 занять × 2 балів/заняття).
<b>Самостійна робота</b>	Кожен здобувач/ка повинен/на підготувати по 9 презентації, які необхідно захистити на практичних заняттях. Кожна презентація оцінюється по 3,55 балів. Максимально оцінюється в 31,95 балів ( 9 презентації × 3,55 балів).
<b>Контрольні заходи</b>	Одна контрольна робота максимально оцінюються у 12,5 балів. За чотири контрольні роботи здобувач/ка може отримати максимально 50 балів.

### 6.3. Критерії

#### 6.3.1. Критерії оцінювання *практичного заняття*:

Кожне практичне завдання оцінюється за двома складовими: кейси та участь у дискусіях.

*Вирішення кейсів* передбачає вміння та навички індивідуального чи групового вирішення поставлених завдань. Максимальна кількість набраних балів за вирішення кейса – 1,5 балів.

*Участь у дискусіях* оцінюється в 0,5 бали.

#### 6.3.2. Критерії оцінювання *самостійної роботи*:

Оцінювання самостійної роботи відбувається через захист презентацій на практичних заняттях, де:

**1 бал** студент/ка отримає за підготовлену презентацію, оцінюється структура презентації, лаконічність викладення матеріалу, розміщення матеріалів відповідає загальній меті, доступність, логіка інформації, оригінальність, творчість, використання графіків, таблиць, схем, відповідність дизайну змісту роботи, сприйняття тексту, наочність, добір кольорів, використання авторських ілюстрацій.

**2 бали** студент/ка отримає за доповідь результатів роботи, повне розуміння теми; говорить чітко впродовж 95-100% всього часу, використовує закінчення речення і не використовує слова помилково; застосовує відповідну лексику для аудиторії, розширює словниковий запас аудиторії, використовує нові слова для більшості слухачів; уважно слухає одногрупників, детально відповідає на всі питання форми оцінювання і завжди дає оцінки на основі презентації, а не інших факторів.

**0,55 балів** студент/ка отримає за відповіді на всі запитання викладача та одногрупників щодо даної теми; ділиться думками з іншими учасниками групи.

#### 6.3.3. Критерії оцінювання *письмової контрольної роботи*:

Контрольна робота містить: 1 тестового завдання, правильна відповідь на яке оцінюється в 0,5 балів та 3 відкритих запитань, де правильна відповідь оцінюється по 4 бали, де:

**4 бали** – високий рівень викладення текстової відповіді, що відповідає

предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

**3 бали** – середній рівень викладення текстової відповіді, що відповідає предмету поставленого питання, зроблено власний висновок щодо проблематики поставленого запитання; відсутність помилок в граматиці та/або орфографії;

**2 бали** – наявність текстової відповіді, яка відповідає предмету поставленого питання, однак власна думка не висловлена, містить граматичні та орфографічні помилки;

**1 бал** - наявність текстової відповіді, яка не в повній мірі відповідає предмету поставленого питання, виявлення запозиченого матеріалу з мережі Інтернет та/або з інших джерел, містить суттєві граматичні та орфографічні помилки, які ускладнюють розуміння тексту або викривляють зміст повідомлення.

Контрольні роботи, самостійна робота та робота на практичних заняттях оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (подано нижче).

**Загальні критерії досягнення результатів навчання для  
6-го кваліфікаційного рівня за НРК**

<b>Опис кваліфікаційного рівня</b>	<b>Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії</b>	<b>Показник оцінки</b>
<b>Знання</b>		
♦ концептуальні наукові та практичні знання, критичне осмислення теорій, принципів, методів і понять у сфері професійної діяльності та/або навчання	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - концептуальних знань; - високого ступеню володіння станом питання; - критичного осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення	65-69
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
<b>Уміння/навички</b>		
♦ поглиблені	Відповідь характеризує уміння:	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
когнітивні та практичні уміння/навички, майстерність та інноваційність на рівні, необхідному для розв'язання складних спеціалізованих задач і практичних проблем у сфері професійної діяльності або навчання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виявляти проблеми;</li> <li>- формулювати гіпотези;</li> <li>- розв'язувати проблеми;</li> <li>- обирати адекватні методи та інструментальні засоби;</li> <li>- збирати та логічно й зрозуміло інтерпретувати інформацію;</li> <li>- використовувати інноваційні підходи до розв'язання завдання</li> </ul>	
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння/навички застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	рівень умінь/навичок незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації;</li> <li>♦ збір, інтерпретація та застосування даних;</li> <li>♦ спілкування з професійних питань, у тому числі іноземною мовою, усно та письмово</li> </ul>	<p>Вільне володіння проблематикою галузі. Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильна;</li> <li>- чиста;</li> <li>- ясна;</li> <li>- точна;</li> <li>- логічна;</li> <li>- виразна;</li> <li>- лаконічна.</li> </ul> <p>Комунікаційна стратегія:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- послідовний і несуперечливий розвиток думки;</li> <li>- наявність логічних власних суджень;</li> <li>- доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням;</li> <li>- правильна структура відповіді (доповіді);</li> <li>- правильність відповідей на запитання;</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання;</li> </ul>	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
	- здатність робити висновки та формулювати пропозиції	
	Достатнє володіння проблематикою галузі з незначними хибами. Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) з незначними хибами. Доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння проблематикою галузі. Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Часткове володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Фрагментарне володіння проблематикою галузі. Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Відповідальність і автономія</i></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ управління складною технічною або професійною діяльністю чи проектами;</li> <li>◆ спроможність нести відповідальність за вироблення та ухвалення рішень у непередбачуваних робочих та/або навчальних контекстах;</li> <li>◆ формування</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями менеджменту особистості, орієнтованих на:</p> <p>1) управління комплексними проектами, що передбачає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дослідницький характер навчальної діяльності, позначена вмінням самостійно оцінювати різноманітні життєві ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особисту позицію;</li> <li>- здатність до роботи в команді;</li> <li>- контроль власних дій;</li> </ul> <p>2) відповідальність за прийняття рішень в непередбачуваних умовах, що включає:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обґрунтування власних рішень положеннями нормативної бази галузевого та державного рівнів;</li> <li>- самостійність під час виконання поставлених</li> </ul>	95-100

Опис кваліфікаційного рівня	Вимоги до знань, умінь/навичок, комунікації, відповідальності і автономії	Показник оцінки
суджень, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти; ♦ організація та керівництво професійним розвитком осіб та груп; ♦ здатність продовжувати навчання із значним ступенем автономії	завдань; - ініціативу в обговоренні проблем; - відповідальність за взаємовідносини; 3) відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб, що передбачає: - використання професійно-орієнтованих навичок; - використання доказів із самостійною і правильною аргументацією; - володіння всіма видами навчальної діяльності; 4) здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності, що передбачає: - ступінь володіння фундаментальними знаннями; - самостійність оцінних суджень; - високий рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок; - самостійний пошук та аналіз джерел інформації	
	Упевнене володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано дві вимоги)	90-94
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добре володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано шість вимог)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями менеджменту особистості (не реалізовано вісім вимог)	65-69
	Рівень відповідальності і автономії фрагментарний	60-64
	Рівень відповідальності і автономії незадовільний	<60

## 7. ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

На навчальних заняттях здобувачі повинні мати: гаджети з можливістю підключення до Інтернету; перевірений доступ до застосунків Microsoft Office: Teams, Moodle; інстальований на ПК та /або мобільних гаджетах пакет програм Microsoft Office (Word, Power Point); активований акаунт університетської пошти (student.i.p.@nmu.one) на Office365, доступ до безкоштовної платформи Canva, мобільних додатків Instagram, Facebook, Telegram, VN, Inshot.

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Куваєва Т., Баржак Є. Просування товарів медичного призначення у соціальних мережах. *Економіка та суспільство*, 2021. (33) DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-66>

2. Tetiana Kuvaieva, Nataliia Shynkarenko, Kateryna Pilova. B2B Digital Marketing Communications Research During the Covid 19 Pandemic. *ASEJ - Scientific Journal of Bielsko-Biala School of Finance and Law*. Vol. 25, No 1 (2021). <https://doi.org/10.19192/wsfip.sj1.2021.1>

3. Куваєва Т., Решетілова Т. Дослідження споживачів у процесі створення та розповсюдження інноваційних товарів. *Економічний простір*, 2021. №168, 67-71.

4. Куваєва Т., Решетілова Т. Трансформація реклами під впливом нових трендів споживання як соціальної дії. *Економічний простір*, 2021. №167, 76-81.

5. Ліллей Рой. Як взаємодіяти з проблемними людьми. пер. з англ. В. Пунько. *Харків. Вид-во «Ранок». Фабула*, 2021. 160 с.

6. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. *Маркетинг і цифрові технології: науковий журнал. Том 1, № 1. Одеса: вид-во "ТЕС", 2017. С. 20-33.*

7. Уголькова О.З. Цифровий маркетинг і соціальні мережі. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2021. № 3 (1). URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/jun/23786/menedzhment121-148-154.pdf>

4. John Hughes A Beginner's Guide to Using Facebook Marketing to Boost Sales. 2021. Retrieved from: <https://prettylinks.com/blog/a-beginners-guide-to-using-facebook-as-a-marketing-tool/>

5. Haughey, C. Trends in Digital Marketing in 2020. Retrieved from: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/10-trends-in-digital-marketing-in-2020>

6. Dean, B. Social Network Usage & Growth Statistics: How Many People Use Social Media in 2021? Retrieved from: <https://backlinko.com/social-media-users>

7. Jules, B. Social Media Strategy: The Key to Crowdfunding Success Retrieved from: <https://www.easyship.com/blog/social-media-for-crowdfunding>

8. Куваєва Т., Шинкаренко Н. Дослідження особливостей віртуальних виставок у контексті діджиталізації. *Економічний простір*. №150. Дніпро : ПДАБА, 2019. С. 5-20.

9. Безугла Л., Куваєва Т. Формування соціально-етичного маркетингу в діяльності організацій. *Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості*, 2021. №2(24), С.69-77. DOI: [https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2\(24\)-69-77](https://doi.org/10.31471/2409-0948-2021-2(24)-69-77)

6. Gama, T. Ready to crowdfund using social media? Retrieved from: <https://sheleadsafrica.org/crowd-funding-social-media/>

7. Marrs, M. 7 Ways to Use Facebook for Marketing. Retrieved from: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2013/04/15/facebook-marketing>

9. Digital marketing institute. Retrieved from: <https://digitalmarketinginstitute.com/>
10. Chaffey, D. Digital marketing trends: 25 practical recommendations to implement Smartinsights. Retrieved from: <https://www.statista.com/>
11. Social Media and The Retail Industry. URL: <https://otretailteam.co.uk/blog/social-media-retail-industry/>
12. Influence of Social Media in Retail Industry. URL: <http://www.ndot.in/blog/influence-of-social-media-in-retail-industry>.
13. Alex York. 7 Steps in Creating a Winning Social Media Marketing Strategy in 2018. URL: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>
14. Social Media Best Practices for the Retail Industry. URL: [https://businessresources.peoples.com/SBR\\_template.cfm?Document=IndustryMarkets/retail-industry\\_articles-10\\_1.html](https://businessresources.peoples.com/SBR_template.cfm?Document=IndustryMarkets/retail-industry_articles-10_1.html)
15. Developing a Social Media Strategy. URL: <https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/social-media-marketingstrategy/>
16. Sara Bartoloni Twenty years of social media marketing: A systematic review, integrative framework, and future research agenda. *International Journal of Management Reviews* 26(8). 2023. DOI:10.1111/ijmr.12360

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### **«Маркетинг у соціальних мережах»**

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальностей 051 Економіка, 071 Облік і оподаткування, 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, 075 Маркетинг, 242 Туризм і рекреація, 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії**

Розробниця:

Тетяна Володимирівна Куваєва

В редакції авторки

Підготовлено до виходу в світ  
у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
49005, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19