

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Навчально - науковий інститут економіки та менеджменту

Затверджено  
Валерій СОРОКА  
30.11.2022

**06-08-258S**

**СИЛАБУС**

освітньої компоненти

**SYLLABUS**

<b>БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ</b>	<b>SOCIAL MEDIA BUSINESS</b>
Освітній рівень: <b>бакалаврський (перший) магістерський (другий)</b>	Level of Education: <b>Bachelor's (first) Master's (second)</b>
Галузь знань: <b>Усі галузі знань НУВГП</b>	Field of Knowledge: <b>All Fields of Knowledge</b>
Спеціальність <b>Усі спеціальності</b>	Field of Study: <b>All Fields of Study</b>
Освітня програма: <b>усі освітні програми</b>	Degree Program: <b>All Degree Programs</b>

м. Рівне

Силабус освітньої компоненти «Бізнес в соціальних мережах» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня усіх освітньо-професійних програм спеціальностей НУВГП. Рівне: НУВГП. 2022. 12 стор.

Розробник силабусу: *Щербакова А.С., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту*

Силабус схвалений на засіданні кафедри менеджменту  
Протокол № 2 від "14" жовтня 2022 року

Завідувач кафедри: *Кожушко Л.Ф., д.т.н., професор.*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту  
Протокол № 2 від "31" жовтня 2022 року


Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: *Ковшун Н.Е., д.е.н., професор  
кафедри економіки підприємства, директор ННІЕМ.*

Схвалено науково-методичною радою НУВГП  
Протокол № 7 від "24" листопада 2022 року

Вчений секретар науково-методичної ради: Т. А. Костюкова

© Щербакова А.С., 2022  
© НУВГП, 2022

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*	
Ступінь вищої освіти	<i>бакалавр, магістр</i>
Спеціальність	<i>всі спеціальності</i>
Рік навчання, семестр	<i>2-6 рік навчання, 3-11 семестр</i>
Кількість кредитів	<i>3</i>
Лекції:	<i>денна - 14 год.</i>
Практичні заняття:	<i>денна - 16 год.</i>
Самостійна робота:	<i>денна - 60 год.</i>
Курсова робота:	<i>Ні</i>
Форма навчання	<i>Денна</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>

Мова викладання	Українська
<b>ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*</b>	
<b>ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА</b>	
	<i>Щербакова Анастасія Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри менеджменту</i>
Вікіситет	<a href="http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Щербакова_Анастасія_Сергіївна">http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Щербакова Анастасія Сергіївна</a>
ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-0972-821X">https://orcid.org/0000-0003-0972-821X</a>
Канали комунікації	<a href="mailto:a.s.shcherbakova@nuwm.edu.ua">a.s.shcherbakova@nuwm.edu.ua</a> Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

<b>ПРО ДИСЦИПЛІНУ</b>	
<b>Анотація навчальної дисципліни, в т.ч. мета та цілі</b>	
<p>Освітня компонента забезпечує формування теоретичних знань та базових практичних вмінь щодо організації, ведення, просування бізнесу, товарів і послуг, особистостей чи ідей в соціальних мережах. Дисципліна розглядає базові принципи роботи в різних соціальних мережах; підходи до вибору майданчиків в соціальних мережах для організації, ведення й просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти; принципи побудови ефективних стратегій в соціальних мережах; основні інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах; ефективні способи розкручування бізнесу у соціальних мережах, принципи створення сильного бізнес-бренду у соціальних мережах тощо.</p> <p>Основними <b>завданнями</b> курсу є оволодіння: принципами й особливостями роботи в різних соціальних мережах; навичками організації та ведення бізнесу в соціальних мережах; основними способами заробітку у соціальних мережах; сучасними інструментами інтернет-маркетингу; ефективними способами просування бізнесу у соціальних мережах; навичками побудови SMM-стратегії та оцінки ефективності роботи в соціальних мережах.</p> <p>Викладання освітньої компоненти передбачає поєднання традиційних форм аудиторного навчання з елементами онлайн-</p>	

навчання, в якому використовуються спеціальні інформаційні технології, такі як комп'ютерна графіка, аудіо та відео, інтерактивні елементи, онлайн консультування тощо.

**Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle**

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4730>

**Компетентності**

1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)
2. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій
3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
4. Здатність працювати в команді
5. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями
6. Вміння виявляти, ставити, вирішувати проблеми та приймати обґрунтовані рішення
7. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень

**Програмні результати навчання**

ПРН 1. Використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у створенні та впровадженні маркетингових кампаній  
ПРН 2. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результат  
ПРН 3. Демонструвати навички виявлення проблем, обґрунтування управлінських рішень  
ПРН 4. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним  
ПРН 5. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій діяльності  
ПРН 6. Вміти використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного проведення досліджень та здійснення професійної діяльності

**СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

*Лекції – 14 год., практичні – 16 год., самостійна робота – 60 год.*

Засоби навчання

Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення (сервіси для аналізу контенту в соціальних мережах, графічні редактори, Office 365 тощо)

**ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ**

**Тема**

Вид навчальної роботи, години,	Зміст (перелік навчальних матеріалів, які повинен	Методи, технології, форми проведення

ПРН	опанувати студент)	занять
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи організації та ведення бізнесу в соціальних мережах</b>		
<b>Тема 1. Феномен соціальних мереж в сучасному світі</b>		
Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 1, ПРН 4, ПРН 5	Поняття соціальної мережі. Теорія шести рукошляків та п'яти кліків. Види та класифікація соціальних мереж. Функціонал соціальних мереж. Користувачі соціальних мереж. Цікаві факти про соціальні мережі. Небезпеки соціальних мереж.	Лекція у формі діалогу. Презентація. Дискусія. Індивідуальні завдання для вирішення практичних вправ.
<b>Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик</b>		
Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 1, ПРН 2, ПРН 4	Інтереси бізнесу і можливості в соціальних мережах. Використання соціальних мереж для пошуку роботи. Основні способи заробітку у соціальних мережах. Позитивні результати, яких можна досягнути за рахунок використання соціальних мереж в бізнесі. Причини невдач у роботі із соціальними мережами	Міждисциплінарне навчання. Міні-лекція. Презентація. Тестові завдання. Аналіз конкретних ситуацій (case study). Обговорення.
<b>Тема 3. Стратегія бізнесу в соціальних мережах</b>		
Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 1, ПРН 2, ПРН 5	Маркетингові стратегії в соціальних мережах. Створення позитивного іміджу в соціальних медіа. Цілі та позиціонування. Аналіз продукту/бренду, цільової аудиторії, унікальної товарної пропозиції та конкурентів.	Міні-лекція. Презентація. Тестові завдання. Аналіз конкретних ситуацій (case study). Обговорення
<b>Тема 4. Формування потужного бізнес-бренду в соціальних мережах</b>		
Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 2, ПРН 3, ПРН 4	Створення сильного бізнес-бренду: основні техніки. Особистий бренд: створення, розвиток, використання. Способи залучення аудиторії в соціальних мережах. Кроспостинг. Реклама в соціальних мережах. Таргетинг та ретаргетинг. Сучасні тренди просування бізнесу в соціальних мережах.	Проблемна лекція. Робота у мікрогрупах. Мозковий штурм. Презентація результатів. Тестові завдання.
<b>Змістовий модуль 2. Особливості та інструментарій просування бізнесу в соціальних мережах</b>		
<b>Тема 5. Інструментарій підвищення активності користувачів в соціальних мережах</b>		
Лекція – 2 год., практ. – 4 год.  ПРН 2, ПРН3, ПРН 5	Активність користувачів в соціальних мережах. Особливості контенту та візуалізації для просування бізнесу в соціальних мережах.	Лекція-бесіда. Індивідуальні завдання для вирішення практичних вправ.

	<p>«Золота формула» контенту в соціальних мережах. Копірайтинг та його види. Формули копірайтингу, що «продає». Особливості дописів в соціальних мережах, здатних активізувати користувачів. Сторітелінг. Механіки конкурсів і акцій в соціальних мережах. Хештеги як спосіб активізації користувачів соціальних медіа.</p>	
--	---	--

**Тема 6. Концепція Social Media Marketing: можливості, інструменти та процедури**

<p>Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 1, ПРН 3, ПРН 4</p>	<p>Поняття Social Media Marketing (SMM). SMM-стратегія. Елементи стратегії просування бренду. Методи SMM просування. Аутсорсинг SMM. Бюджет на SMM-кампанію. Вартість SMM розкрутки. Інструменти створення та просування бізнесу в соціальних мережах. Тренди в SMM</p>	<p><i>Лекція-візуалізація. Дискусія. Колаборативне навчання (груповий проект). Метод узагальнення та конкретизації. Тестові завдання</i></p>
--	---	--

**Тема 7. Ефективність роботи в соціальних мережах**

<p>Лекція – 2 год., практ. – 2 год.  ПРН 1, ПРН 4</p>	<p>Основні метрики і КРІ в інтернет-маркетингу. Послідовність оцінки ефективності роботи в соціальних мережах. Аналіз основних метрик Facebook та Instagram. Сервіси відслідковування активності у соціальних мережах.</p>	<p><i>Міждисциплінарне навчання. Міні-лекція. Презентація. Тестові завдання. Аналіз конкретних ситуацій (case study).</i></p>
---	--	---

**Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)**

Здатність логічно обґрунтовувати свою позицію, вміння працювати в команді, здатність до навчання, комунікаційні якості, базові навички переговорів, вміння слухати і запитувати, формування власної думки та прийняття рішення в умовах невизначеності, здатність управляти своїми емоціями та емоціями інших людей, ініціативність, вміння управляти людьми.

**Форми та методи навчання**

При викладанні освітньої компоненти для активізації освітнього процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, міні-лекції, лекції-візуалізації, робота індивідуальна та в малих групах (колаборативне навчання), семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, вільних асоціацій, обговорення, дискусії, конкретизації тощо.

Лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом, що сприятиме розвитку творчого та логічного мислення у студентів.

На практичних заняттях розглядаються завдання, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті; виконуються індивідуальні та групові творчі проекти із подальшою демонстрацією результатів; проводиться дискусійне обговорення проблемних питань; задаються провокаційні питання.

### Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал, вчасно виконати практичні завдання, здати модульні контролі знань. Студенти можуть виконувати альтернативні завдання, які забезпечуватимуть досягнення встановлених результатів навчання, за попереднім погодженням з викладачем.

Критерії оцінювання встановлюються окремо до кожного навчального завдання. При оцінюванні результатів роботи враховується: повнота і якість виконання завдання (не менше 60% балів, виділених на завдання); вчасність виконання завдання (до 40% балів за завдання). Система оцінювання знань студентів проводиться відповідно до Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті водного господарства та природокористування <http://ep3.nuwm.edu.ua/4088/>

Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням:

- практичні/самостійні/індивідуальна тощо: 60% семестрової оцінки; максимальна кількість балів – 60;
- модульна контрольна робота: 40% семестрової оцінки (максимальна кількість балів – 40 (модуль 1 – 20 балів, модуль 2 – 20 балів)).

Підсумкова максимальна кількість балів – 100.

За кожним змістовим модулем проводиться по одному модульному контролю. Модульні контролі проводяться у тестовій формі на платформі <https://exam.nuwm.edu.ua/> відповідно до графіка навчального процесу.

Порядок проведення поточних і семестрових контролів та інші документи, пов'язані з організацією оцінювання та порядок подання апеляцій наведені на сторінці Навчально-наукового центру незалежного оцінювання за посиланням - <https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidroz dili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

### Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а



також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

## Інформаційні ресурси

### *Основна література:*

1. Avery Swartz. See You on the Internet: Building Your Small Business with Digital Marketing, 2020. 216 p.
2. Jason McDonald. Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business. 2021. 437 p.
3. П. В. Сінґер, Емерсон Т. Брукінґ. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Переклад з англ. Вид. «Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля». 2019. 320 с.
4. Д. Халилов. Маркетинг в социальных сетях Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2019. 242 с.
5. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. Изд.: Альпина Паблишер, 2017. 344 с.
6. Р. Кушнір. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні, 2019. 432 с.
7. Губанов Д., Чхартишвили А., Новиков Д. М. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства. 2010. 228 с.
8. Заррелл Д. Интернет-маркетинг по науці / Д. Заррелл. - К.: Манн, Иванов і Фербер, 2014. - 192 с.

### *Додаткова література:*

1. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: навч. посіб. за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів: Видавництво ННБК «АТБ», 2020. 455 с.
2. Кифяк О.В., Урда В.Д. Маркетинг у соціальних медіа (SMM) як інструмент просування товарів та послуг. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. No 14 (36). С. 123-130.
3. Смит К. Конверсія. Как превратить лиды в продажи. Изд.: "Альпина Паблишер", 2017. 225с.
4. Филина О. Facebook-эффект для бизнеса и самопиара. Опыт человека, который собрал более 10 миллионов лайков. Книга-тренинг. / Филина О. Эксмо, 2015. 256 с.
5. Ярмолюк О.Я., ФісунЮ.В., ШаповаловаА.А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. Підприємництво та інновації. 2020. Вип. 11-2. С. 62-65.

### *Інтернет-джерела:*

1. Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives. URL: <http://www.connectedthebook.com/>
2. Анализ эффективности рекламы в Facebook и Instagram: что и где смотреть. URL: <https://ppc.world/articles/analiz-effektivnosti-reklamy-v-facebook-i-instagram-что-и-где-smotret/>
3. Социальные сети для ведения и продвижения бизнеса URL: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/socialnye-seti-dlya-biznesa.html>
4. ТОП-7 помилок SMM-спеціалістів у просуванні бізнесу в соціальних мережах. URL: <https://creativesmm.com.ua/top-7-pomilok-smm-specialistiv-u-prosuvanni-biznesu-v-smm/>



5. 45 основных терминов в SMM-продвижении. URL: <http://fabrikadialogov.ru/45-terminov-v-smm/>
6. Как построить SMM-стратегию: пошаговый план продвижения в социальных сетях. URL: <https://texterra.ru/blog/kak-postroit-smm-strategiyu-poshagovyy-plan-prodvizheniya-v-sotsialnykh-setyakh.html>
7. Как оценить эффективность рекламы в Инстаграме: метрики и инструменты. URL: <https://smmplanner.com/blog/kak-otsienit-effektivnost-rieklamy-v-instagramie-mietriki-i-instrumenty/>
8. Дослідження тенденцій в цифровому світі. URL: [www.kleinerperkins.com/perspectives](http://www.kleinerperkins.com/perspectives)
9. Огляд методів аналітики в Instagram: метрики, інструменти, поради. URL: <https://www.bizmaster.xyz/2019/03/oglyad-metodiv-analyky-v-instagram-metryky-instrumenty-porady.html>

### **Дедлайни та перескладання**

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.

Перездача модульних контролів здійснюється згідно <http://nuwm.edu.ua/struktorni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>

Студенти зобов'язані дотримуватися дедлайнів, встановлених для виконання усіх видів навчальних завдань, розміщених на сторінці курсу на платформі MOODLE.

### **Неформальна та інформальна освіта**

Студенти мають право на перезарахування результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним положенням: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>.

Також студенти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни/освітньої програми та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

### **Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання**

Викладач дисципліни має практичний досвід проведення тренінгів, семінарів та воркшопів на теми, що стосуються розвитку бізнесу в глобальній мережі Інтернет та в соціальних мережах, SMM,

формування персонального бренду та бренду підприємств, установ, організацій різних галузей економіки.

Також до проведення лекційних та практичних занять долучаються фахівці, які мають керівний досвід діяльності на вітчизняних та іноземних підприємствах.

### **Правила академічної доброчесності**

Перед початком курсу кожному студенту доцільно ознайомитися з «Кодексом честі», розміщеним на сторінці навчальної дисципліни на платформі MOODLE та прийняти його умови.

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагиат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці **ЯКІСТЬ ОСВІТИ** сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в практичній (письмовій) роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагиату чи обману.

### **Вимоги до відвідування**

Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.

Студенти обов'язково повинні відвідувати усі заняття, де передбачається колективна робота у мікрогрупах та проводяться презентації виконаних студентами робіт. Усі інші види робіт студент може виконувати самостійно, дотримуючись встановлених дедлайнів. У разі відсутності студента на занятті, що передбачає виконання колективної роботи, з поважної причини (підтверджується документально) студенту видається альтернативне завдання.

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>.

Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати смартфони, планшети та ноутбуки.

### **Оновлення**

Зміни до силабусу освітньої компоненти можуть вноситися за ініціативою викладача, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення у сфері менеджменту, створення та просування бізнесу в соціальних мережах, а також за результатами зворотного зв'язку зі студентами в порядку, визначеному нормативними документами НУВГП

### **Академічна мобільність. Інтернаціоналізація**

Передбачено визнання і зарахування результатів навчання, отриманих в інших закладах освіти, в тому числі і під час академічної мобільності згідно укладених угод про співпрацю згідно з [Положенням про академічну мобільність учасників освітнього процесу в НУВГП](#) та [Порядку перезарахування результатів навчання за програмами академічної мобільності в НУВГП](#)

Здобувачі вищої освіти можуть використовувати загальноновизнані міжнародні інформаційні платформи для поглибленого вивчення і проведення досліджень, а також зарахування результатів діяльності (Google Scholar; PlosOne; ERIC; ResearchersID).

Студенти можуть бути залучені (за їх згодою) до участі у підготовці грантових заявок на участь у міжнародних конкурсах та участі в інших громадських ініціативах, що стосуються особистого, професійного та організаційного розвитку.

Автор  
Доцент

Анастасія ЩЕРБАКОВА



документ підписаний КЕП  
Номер документа СИЛ №23 від 30.11.2022  
Підписувач Сорока Валерій Степанович  
Підписувач (дані КЕП): [oSignECP.sSigner\_Sert]  
Сертифікат 58E2D9E7F900307B04000000807E2D0054327D00  
Дійсний з 2019-12-24 12:00:00.000 до 2021-12-24 12:00:00.000