МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет імені Івана Франка
Економічний факультет
Кафедра інформаційних систем у менеджменті

Затверджено
На засіданні кафедри інформаційних систем у менеджменті
економічного факультету
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 01.09. 2022 р.)

Завідувач кафедри

Приймак В.І.

Силабус з навчальної дисципліни «Бізнес у соціальних мережах», що викладається в межах освітньо-професійної програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти для здобувачів з галузі знань 07 Управління та адміністрування за спеціальністю 073 Менеджмент освітньої програми «Інформаційні систем в менеджменті»

Львів 2022 р.

Назва курсу	Бізнес у соціальних мережах
Адреса викладання курсу	79000, Україна, м. Львів, економічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка
Факультет та кафедра, за якою закріплена дисципліна	Економічний факультет, кафедра інформаційних систем у менеджменті
Галузь знань, шифр та назва спеціальності	07 «Управління і адміністрування», 073 «Менеджмент» Освітня програма « Інформаційні системи у менеджменті»
Викладачі курсу	Міщук Наталія Володимирівна, к.е.н, доцент, доцент кафедри інформаційних систем у менеджменті
Контактна інформація викладачів	nataliya.mishchuk@lnu.edu.ua https://econom.lnu.edu.ua/employee/mischuk-n-v
Консультації по курсу відбуваються	Консультації відбуваються згідно розкладу консультацій викладачів кафедри інформаційних систем у менеджменті, який затверджується кожного семестру (пр.Свободи, 18, кім. 100) Також можливі консультації у день проведення лекцій / лабораторних занять (за попередньою домовленістю). Крім цього можливі он-лайн консультації через Microsoft Teams. Для погодження часу он-лайн консультацій необхідно писати на електронну пошту викладача або у чат Microsoft Teams.
Сторінка курсу	
Інформація про курс	Курс розроблено з урахуванням сучасних тенденцій у сфері електронного бізнесу, спрямований на формування у здобувачів освіти теоретичних знань та практичних навиків щодо організації, ведення та просування бізнесу, товарів чи послуг, особистостей чи ідей в соціальних мережах. Зважаючи на це, у курсі вивчаються основні принципи ефективної взаємодії у різних соціальних мережах; стратегії вибору платформ для організації, розвитку та просування бізнесу; методи визначення сегментів цільової аудиторії на конкретних майданчиках; принципи побудови ефективних стратегій в соціальних мережах; способи використання основних інструментів для зростання активності користувачів, а також ефективні методи просування бізнесу у соціальних мережах з фокусом на створенні міцного бізнес-бренду.
Коротка анотація курсу	Дисципліна «Бізнес у соціальних мережах» є дисципліною вільного вибору для підготовки бакалаврів зі спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Інформаційні систем в менеджменті», яка викладається в 8 семестрі в обсязі 3 кредити (за ECTS). Її освоєння дозволить ефективно аналізувати соціальні мережі як бізнес-майданчик, розробляти та впроваджувати SMM-стратегії.
Мета та цілі курсу	Метою вивчення курсу є поглиблення теоретичних знань і набуття практичних навиків щодо організації, ведення та просування бізнесу у соціальних мережах. Основними цілями курсу є: - оволодіння принципами роботи в соціальних мережах;

	- вивчення сучасних інструментів інтернет-маркетингу; - набуття практичних навиків щодо визначення майданчиків в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти; - формування вміння аналізувати ефективність бізнесу в соціальних мережах; - набуття практичного досвіду організації ефективних рекламних кампаній.
Література для вивчення дисципліни	*Основна:* 1. Cook Jodie. Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, Business and Community. Frances Lincoln. 2020. 598 p. 2. Калінін О., Осецимський І., Аль-Ватар О. Потік клієнтів з FACEBOOK та INSTAGRAM. Як заробляти за допомогою соціальних мереж: Настільна книга для підприємців і фахівців. Одеса: Бондаренко М. О., 2019. 190 с. 3. Щербаков С. Таргетована реклама в соціальних мережах: просто в яблучко. Отримуйте більше клієнтів із Facebook та Instagram. Харків: Фоліо 2021. 256 с. *Додаткова:* 1. Avery Swartz. See You on the Internet: Building Your Small. Business with Digital Marketing, 2020. 216 p. 2. Herman Jennifer, Butow Eric. Instagram for business for dummies. Wiley-Blackwell (an imprint of John Wiley & Sons Ltd). 2018. 320 p.
Тривалість курсу	90 год.
Обсяг курсу	42 години аудиторних занять. З них 28 годин лекцій, 14 годин лабораторних занять та 48 годин самостійної роботи
Очікувані результати навчання	У результаті вивчення дисципліни студент повинен Знати: - можливості розвитку бізнесу в соціальних мережах; - інструменти аналітики для вимірювання ефективності кампаній у соціальних мережах; - особливості використання таргетування; - способи відновлення та підтримка позитивної репутації бізнесу після негативних ситуацій. Вміти: - обирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу; - визначати способи та стратегію просування бізнесу в соціальних мережах; - встановлювати особливості поведінки цільової аудиторії; - аналізувати зміни у поведінці користувачів соціальних мереж; - організовувати ефективні рекламні кампанії; - створювати стратегії просування в соціальних мережах; - аналізувати показники ефективності ведення бізнесу в соціальних мережах.
Ключові слова	Контент, соціальна мережа, мережевий етикет, копірайтинг, профіль, кроспостинг, таргетинг, ретаргетинг, просування у соціальних мережах, SMM-стратегія, контент-план, аутсорсинг, метрики Facebook, метрики Instagram

Формат курсу	Очний. Проведення лекцій, лабораторних занять та консультації
Теми	Тема 1. Феномен соціальних мереж в інформаційному суспільстві Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик Тема 3. Інструменти підвищення активності користувачів у соціальних мережах Тема 4. Формування потужного бізнес-бренду в соціальних мережах Тема 5. Стратегія бізнесу в соціальних мережах Тема 6. Концепція Social Media Marketing: можливості, інструменти та процедури Тема 7. Оцінка ефективності роботи в соціальних мережах
Підсумковий контроль, форма	Залік за підсумками поточної успішності
Пререквізити	Для вивчення курсу студенти потребують базових знань з таких дисциплін як «Маркетингова аналітика», «Хмарні технології в менеджменті», «Інформаційно-аналітична діяльність»
Навчальні методи та техніки, які будуть використовуватися під час викладання курсу	Презентації, лекції, індивідуальні та групові завдання, проектно-орієнтоване навчання (виконання індивідуальних лабораторних робіт), дискусії.
Необхідне обладнання	Будь-який пристрій з доступом до інтернету та соціальних мереж, сервіси для аналізу контенту в соціальних мережах, графічні редактори, активований акаунт корпоративної пошти, мультимедійний пристрій.
Критерії оцінювання (окремо для кожного виду навчальної діяльності)	Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: • лабораторні заняття: виконання індивідуальних завдань – максимальна кількість балів 70; • контрольні заміри: максимальна кількість балів 30. Підсумкова максимальна кількість балів 100.
Опитування	Анкету-оцінку з метою оцінювання якості курсу буде надано наприкінці курсу.