



МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТІ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Викладач: к.е.н., доцент, Очеретін Дмитро Валерійович

Кафедра: економічної кібернетики, V корпус, ауд. 113

E-mail: odvisua@gmail.com

Телефон: (061) 228-76-41 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

| | | | | | | |
|--|---|--|--------------------------|---|-------|----|
| Освітня програма, рівень вищої освіти | Маркетинг; Магістр | | | | | |
| Статус дисципліни | Вибіркова | | | | | |
| Кредити ECTS | 3 | Навч. рік | 2023 – 2024 2 семестр | Рік навчання - | Тижні | 12 |
| Кількість годин | 90 | Кількість змістових модулів¹ | 4 | Лекційні заняття – - Практичні заняття – 24 Самостійна робота – 66 | | |
| Вид контролю | Залік | | | | | |
| Посилання на курс в Moodle | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15506 | | | | | |
| Консультації: | 2 год. на тиждень, за розкладом (особисто); за домовленістю (особисто чи дистанційно) | | | | | |

ОПИС КУРСУ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації в Інтернеті та соціальних мережах» є опанування студентами соціального медіа маркетингу з метою використання у своїй майбутній професійній діяльності.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У разі успішного завершення курсу студент **зможє:**

- оволодіти сучасними комунікаціями та особливостями впровадження їх у маркетинг;
- ознайомитися з особливостями різних соціальних мереж та розробкою проєкту просування продукту в цих мережах;
- опанувати безкоштовні та платні методи просування через соціальні мережі;
- вивчити особливості поведінки користувачів соціальних медіа та пошуку цільової аудиторії;
- навчитися налаштовувати таргетовану рекламу у рекламному кабінеті Facebook;
- навчитися будувати вороку продажів для розробки ефективного комплексу маркетингових заходів.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

1. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.

2. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. Івано-Франківськ: ІФОЦППК, 2018. 51 с.

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS)



3. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.
4. Філіп Котлер, Гармаван Катарджая, Іван Сатьяван. Маркетинг 4,0. Від традиційного до цифрового. Київ : Вид. група КМ БУКС. 2021. 224 с.
5. Маркетингові комунікації : підручник / Попова Н. В. та ін. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
6. Іванов М.М., Корієв В. Л., Терент'єва Н. В., Малтиз В. В., Іванов С. М. Сучасні технології маркетингового менеджменту: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 184 с.
7. Матеріали, розміщені у системі Moodle на сторінці курсу за посиланням <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=15506>.

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (max 60 балів):

Поточний контроль передбачає **теоретичні** завдання у вигляді тестування за пройденим матеріалом у системі Moodle та **практичні** завдання у вигляді практичних робіт.

Тестування складається з запитань таких типів: вибір з відповідності, вибір з множини, вибір «так – ні». Тестування за змістовими модулями 1 та 2 складається з 8 запитань, а за змістовими модулями 3 та 4 – з 7 запитань, кожне питання оцінюється у **1 бал**.

Практична робота має бути оформлена у вигляді звіту, який складається з таких частин: назва практичної роботи; виконання практичної роботи, висновки. Оформлений звіт повинен бути поданий у системі Moodle. Оцінка за практичні роботи складається з двох частин: оцінки за виконання завдань практичної роботи та відповіді на додаткове теоретичне питання за тематикою практичної роботи.

У практичних роботах повне виконання ситуаційного завдання роботи оцінюється у **5 балів**, включаючи **1 бал** за правильну відповідь на теоретичне питання за тематикою практичної роботи.

Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):

Підсумковий контроль складається з двох частин: теоретичної (**20 балів**) та практичної (**20 балів**).

Теоретична частина – тестування у системі Moodle. Максимальна оцінка, яку студент може отримати під час тестування, складає **20 балів**. Тестування за вивченим матеріалом курсу складається з 20 запитань наступних типів: вибір з відповідності, вибір з множини, вибір "так – ні". За кожну правильну відповідь студент отримує **1 бал**.

Також студент під час екзамену виконує 2 практичних завдання залікової роботи (письмово) Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання одного практичного завдання, складає **10 балів**. Виконання студентом практичного завдання заліку оцінюються за такою шкалою:

10 балів – завдання виконано без помилок;

9-7 балів – завдання виконано з незначними помилками;

6-4 балів – завдання виконано з помилками (студент розуміє план розв'язання);

3-1 балів – студентом наведено основні положення для виконання завдання, але невірно їх застосовано;

0 балів – завдання не виконано.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни



| Контрольний захід | | Термін виконання | % від загальної оцінки |
|--|--|------------------|------------------------|
| Поточний контроль (max 60%) | | | |
| Змістовий модуль 1 | Вид практичного завдання: практична робота 1 | тиждень 1 | 5% |
| | Вид практичного завдання: практична робота 2 | тиждень 3 | 5% |
| | Вид теоретичного завдання: тестування зі змістового модулю 1 | тиждень 3 | 8% |
| Змістовий модуль 2 | Вид практичного завдання: практична робота 3 | тиждень 5 | 5% |
| | Вид практичного завдання: практична робота 4 | тиждень 6 | 5% |
| | Вид теоретичного завдання: тестування зі змістового модулю 2 | тиждень 6 | 8% |
| Змістовий модуль 3 | Вид практичного завдання: практична робота 5 | тиждень 9 | 5% |
| | Вид теоретичного завдання: тестування зі змістового модулю 3 | тиждень 9 | 7% |
| Змістовий модуль 4 | Вид практичного завдання: практична робота 6 | тиждень 12 | 5% |
| | Вид теоретичного завдання: тестування за темою 6 | тиждень 12 | 7% |
| Підсумковий контроль (max 40%) | | тиждень 13 | 20% |
| Підсумкове теоретичне завдання: тести у системі Moodle | | тиждень 13 | 20% |
| Підсумкове практичне завдання: виконання практичного завдання залікової роботи | | | 100% |

Шкала оцінювання: національна та ECTS

| За шкалою ECTS | За шкалою університету | За національною шкалою | |
|----------------|--|------------------------|---------------|
| | | Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89 (дуже добре) | 4 (добре) | |
| C | 75 – 84 (добре) | | |
| D | 70 – 74 (задовільно) | | |
| E | 60 – 69 (достатньо) | 3 (задовільно) | Не зараховано |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом) | | |

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

| Тиждень і вид заняття | Тема заняття | Контрольний захід | Кількість балів |
|----------------------------------|---|---|-----------------|
| Змістовий модуль 1 | | | |
| Тиждень 1 Практичне заняття 1 | Тема 1. Формування Інтернет-маркетингу: аналіз соціальних мереж | Виконання та захист практичної роботи 1 | 5 |

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЗВА ФАКУЛЬТЕТУ
Силабус навчальної дисципліни



| | | | |
|------------------------------------|---|--|----|
| Тиждень 2 Практичне заняття 2 | Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі | Виконання практичної роботи 2 | |
| Тиждень 3 Практичне заняття 3 | Тема 2. Пошук маркетингової інформації у віртуальному середовищі | Виконання та захист практичної роботи 2 | 5 |
| | | Тестування за змістовим модулем 1 | 8 |
| Змістовий модуль 2 | | | |
| Тиждень 4 Практичне заняття 4 | Тема 3. Аудиторія Інтернету | Виконання практичної роботи 3 | |
| Тиждень 5 Практичне заняття 5 | Тема 3. Аудиторія Інтернету | Виконання та захист практичної роботи 3 | 5 |
| Тиждень 6 Практичне заняття 6 | Тема 4. Стратегічні рішення в Інтернет-маркетингу: контент-маркетинг | Виконання та захист практичної роботи 4 | 5 |
| | | Тестування за змістовим модулем 2 | 8 |
| Змістовий модуль 3 | | | |
| Тиждень 7 Практичне заняття 7 | Тема 5. Характеристики та особливості просування контенту у Facebook та Instagram | Виконання практичної роботи 5 | |
| Тиждень 8 Практичне заняття 8 | Тема 5. Характеристики та особливості просування контенту у Facebook та Instagram | Виконання практичної роботи 5 | |
| Тиждень 9 Практичне заняття 9 | Тема 5. Характеристики та особливості просування контенту у Facebook та Instagram | Виконання та захист практичної роботи 5 | 5 |
| | | Тестування за змістовим модулем 3 | 7 |
| Змістовий модуль 4 | | | |
| Тиждень 10 Практичне заняття 10 | Тема 6. Рекламний інструментарій соціальних мереж | Виконання практичної роботи 5 | |
| Тиждень 11 Практичне заняття 11 | Тема 6. Комунікаційна політика в системі глобального маркетингу | Виконання ситуаційного завдання 6 | |
| Тиждень 12 Практичне заняття 12 | Тема 6. Комунікаційна політика в системі глобального маркетингу | Виконання та захист практичної роботи 8 | 5 |
| | | Тестування за змістовим модулем 4 | 7 |
| Тиждень 13 | Підсумковий контроль (теоретичний та практичний) | Тестування за змістовими модулями у системі Moodle | 20 |
| | | Виконання практичного завдання залікової роботи | 20 |

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

Книги:



1. Робота із соціальними мережами. Посібник з питань використання соціальних мереж, розроблений Департаментом преси і публічної інформації Консультативної місії ЄС в Україні. Київ : EUAM Ukraine, 2020. 47 с.
2. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. Івано-Франківськ: ІФОЦППК, 2018. 51 с.
3. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання). Тернопіль: ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 97 с.
4. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: навч. посіб. / Швачич Г.Г. та ін. Дніпро : НМетАУ, 2017. 230 с.
5. Холод О.М. Комунікаційні технології. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 211 с.
6. Воронюк А., Полищук А. Актуальний Інтернет-маркетинг. Київ: Агенство «Іріо», 2018. 160 с.
7. Філіп Котлер, Гармаван Катарджая, Іван Сатьяван. Маркетинг 4,0. Від традиційного до цифрового. Київ : Вид. група КМ БУКС. 2021. 224 с.
8. Маркетингові комунікації : підручник / Попова Н. В. та ін. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
9. Маркетингові комунікації: навч. посіб. / уклад. І. В. Король. Умань: Візаві, 2018. 191 с
10. Іванов М.М., Корінєв В. Л., Терент'єва Н. В., Малтиз В. В., Іванов С. М. Сучасні технології маркетингового менеджменту: монографія. Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 184 с.
11. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 332 с.
12. Остервальдер А, Піньє І. Створюємо бізнес-модель. Новаторські ідеї для всіх. Київ: Наш формат, 2017. 288 с.
13. August E. Grant. Communication Technology Update and Fundamentals: 16th Edition. London : Routledge, 2021. 348 p.
14. Jeremy Harris Lipschultz. Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics. London : Routledge, 2020. 388 p.
15. Bu Zhong. Social Media Communication: Trends and Theories. Hoboken, New Jersey : Wiley-Blackwell, 2021. 208 p.
16. Jodie Cook Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, Business and Community. Frances Lincoln. 2020. P.256.
17. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегія, вітчизняна практика. Київ : Кондор, 2009. 320 с.

Статті:

1. Коретнюк Ю. Оцінка ефективності маркетингової діяльності в соціальних мережах. *Актуальні проблеми міжнародних відносин : збірник наукових праць / ред. кол.: Л.В.Губерський (гол. ред.) та ін. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, ІМВ, 2011, Вип. 95 (у 2-х ч.), Ч. II. С. 115-116.*
2. Жегус О. В. Формування стратегії маркетингу в соціальних мережах закладу вищої освіти. *Маркетинг і цифрові технології.* 2018, Т. 2, № 2. С. 58-75.
3. Мушка Д. В., Ерфан Є. А. Особливості реклами транснаціональних корпорацій у соціальних мережах. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2019, № 4. С. 89-92.
4. Кітченко О. М., Приходько Є. Г. Використання інструментів маркетингових комунікацій з ціллю просування брендів в соціальних мережах. *Ефективна економіка.* 2020, № 12. [7 с.].
5. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка.* 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6047>.



6. Дубовик Т. В. Маркетингова комунікаційна діяльність торговельного підприємства в соціальних мережах. *Актуальні проблеми економіки*. 2012, № 5. С. 161-168.

7. Савицька Н. Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку В2С. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017, Т. 1, № 1. С. 20-33.

Інформаційні ресурси:

1. Canvanizer. URL: <https://canvanizer.com>.
2. Twitter. URL: <http://twitter.com>.
3. Facebook. URL: <http://facebook.com>.
4. Instagram. URL: <https://instagram.com>.
5. Telegraph. URL: <https://telegra.ph/>
6. TweetStats. URL: <http://tweetstats.com/>.
7. Twinfluence. URL: <http://twinfluence.com/>.
8. Twitteranalyzer. URL: <http://twitteranalyzer.com/>.
9. Twittergrader. URL: <http://twittergrader.com/>.
10. Tweetmetrics. URL: <http://twitter-friends.com/>.



РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковим. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати заняття регулярно, мусять узгодити з викладачем графік індивідуального виконання контрольних заходів. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання заняття здійснюється у формі тестування у системі Moodle або захисту лабораторної роботи, попередньо завантаженої студентом до системи Moodle. Виконання контрольних заходів має бути регулярним. Накопичення відпрацювань неприпустиме й може привести до не допуску до заліку з дисципліни. За умови не складання заліку може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (дивись посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності

Кожен студент повинен дотримуватися принципів академічної доброчесності. Лабораторні роботи та індивідуальне практичне завдання мають бути виконані студентом особисто, відповідно до варіанту за номером у журналі академічної групи. Роботи у яких буде виявлено ознаки списування та іншої не доброчесної поведінки до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та лабораторних занять дозволяється виключно у навчальних цілях.

Під час виконання контрольних заходів (тестування у системі Moodle, захисту лабораторної роботи, екзамену) використання гаджетів заборонено.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.

Важливі повідомлення загального характеру (оголошення про терміни подання звітів лабораторних робіт до захисту та ін.) регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, лист з запитом на електронну пошту викладача має бути підписаний вашим справжнім ім'ям та прізвищем, номером академічної групи.



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. доступний за адресою:
<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та методикку проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yeds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни (061)228-15-84, (099)253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету: **Борисов Костянтин Борисович**
Електронна адреса: uv@znu.edu.ua Гаряча лінія: Тел. [\(061\) 228-75-50](tel:(061)228-75-50)



РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): <https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>