

**СИЛАБУС**  
**НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«БІЗНЕС В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»**

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, а також другий (магістерський) рівень вищої освіти спеціальності 211 Ветеринарна медицина, набору 2023 року
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	Для студентів усіх спеціальностей Полтавського державного аграрного університету, окрім 075 Маркетинг
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Міжфакультетська вибіркова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	2-й курс, 3-й семестр
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 90 год. Кількість кредитів – 3,0.
<b>Мова(и) викладання</b>	державна
<b>ННІ / факультет, кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника(ів)</b>	<p>Викладач: Терещенко Іван, к.е.н., доцент          Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4)          e-mail: <a href="mailto:ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua">ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua</a>          сторінка викладача:  <a href="https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych">https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</a></p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p><b>ТЕРЕЩЕНКО</b>  <b>Іван Олексійович</b>  <b>к.е.н., доцент</b>  <b>(472 ауд.)</b></p>  </div> </div>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	надання здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингової комунікації бізнесу у соціальних мережах, набуття практичних навичок щодо планування та просування товарів, робіт і послуг у соціальних мережах, з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності бізнесу
<b>Компетентності</b>	<p><i>Загальні:</i></p> <p>ЗК 1. Здатність використовувати сучасні інформаційно-комунікаційні технології.</p> <p>ЗК 7. Здатність до адаптації, творчості, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські</p>

	якості та поведінкові навички. ЗК 18. Здатність до розв'язання поставлених задач та приймання відповідних обґрунтованих рішень.
Результати навчання	РН 3. Виявляти навички самостійної і командної роботи, гнучкого, креативного та критичного мислення, відкритості до нових знань у дослідницькій діяльності та професійному спілкуванні. РН 8. Демонструвати підприємливість у різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за її результати.
Методи навчання	<b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b> <b>- за джерелом знань</b> словесні методи: лекція, розповідь-пояснення; бесіда; наочні методи: ілюстрування; демонстрування; практичні методи: вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату, <b>- за ступенем керівництва</b> методи самостійної роботи вдома: завдання самостійної роботи робота під керівництвом викладача: виконання практичних завдань <b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b> методи формування пізнавальних інтересів: метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації <b>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b> методи усного контролю: обговорення теоретичних питань, доповіді; методи письмового контролю: письмове виконання практичних завдань тестовий контроль: розв'язування тестів; <b>4. Інноваційні методи навчання:</b> інтерактивні методи: дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій; комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання
Програма навчальної дисципліни	Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій. Тема 2. Соціальні мережі як бізнес-майданчик. Тема 3. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах. Тема 4. Просування товарів, робіт, послуг у соціальних мережах і оцінка його ефективності.
Стратегія оцінювання результатів навчання	Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. <i>Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є:</i> виконання

	<p>вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, презентації).</p> <p><i>Форма семестрового контролю – залік.</i></p>
<p><b>Політика навчальної дисципліни</b></p>	<p><b>1. Академічна доброчесність</b></p> <p>Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час виконання завдань, тестування заборонені (у т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <a href="https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist">https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist</a></p> <p><b>2. Неформальна/інформальна освіта</b></p> <p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>3. Дедлайни та перескладання</b></p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення</b></p>	<p>Базові знання з інформатики</p>

навчальної дисципліни	
Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни	Презентації, відеоролики
Рекомендовані джерела інформації	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.</li> <li>2. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.</li> <li>3. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влияют на подсознание потребителя. Київ : Попурри, 2018. 336 с.</li> <li>4. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.</li> <li>5. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.</li> <li>6. Смарт Роланд. Agile-маркетинг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 208 с.</li> <li>7. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>Допоміжні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.</li> <li>9. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.</li> <li>10. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.</li> <li>11. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.</li> <li>12. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.</li> <li>13. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.</li> <li>14. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text</a></li> <li>15. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.</li> <li>16. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.</li> <li>17. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.</li> <li>18. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320с.</li> <li>19. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 240 с.</li> <li>20. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. <i>Інвестиції: практика та досвід</i>. 2019. № 20. С. 56–60.</li> </ol>

	<p style="text-align: center;"><b>Інформаційні ресурси мережі Інтернет</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <a href="https://sostav.ua/">https://sostav.ua/</a></li> <li>2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <a href="https://webpromoeexperts.net/ua/">https://webpromoeexperts.net/ua/</a>.</li> <li>3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <a href="https://roman.ua/">https://roman.ua/</a></li> <li>4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <a href="https://youngsoul.co.ua/">https://youngsoul.co.ua/</a></li> <li>5. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <a href="https://www.marketo.com">https://www.marketo.com</a></li> <li>6. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <a href="https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php">https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php</a></li> <li>7. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <a href="https://mmi.sumdu.edu.ua/">https://mmi.sumdu.edu.ua/</a></li> <li>8. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <a href="https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt">https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt</a></li> <li>9. Українська асоціація маркетингу. URL: <a href="https://www.uam.in.ua/">https://www.uam.in.ua/</a></li> </ol>
<b>Рік введення</b>	2024