

СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ



INSTAGRAM-МАРКЕТИНГ

спеціальність	не обмежено	обов'язковість дисципліни	вибіркова
освітня програма	не обмежено	факультет	управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
освітній рівень	не обмежено	кафедра	маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

ВИКЛАДАЧ

Заїка Світлана Олександрівна



Вища освіта – спеціальність інженер-механік
 Науковий ступень - кандидат економічних наук 08.00.04 економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)
 Вчене звання - доцент кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту
 Досвід роботи – понад 20 років
 Показники професійної активності з тематики курсу:

- авторка більше 5 наукових і методичних публікацій;
- учасниця наукових і методичних конференцій.

телефон	050-240-91-30	електронна пошта	zaika.svitlana@btu.kharkov.ua	дистанційна підтримка	Moodle
---------	---------------	------------------	-------------------------------	-----------------------	--------

До викладання дисципліни долучені: асистент Полевич Катерина Віталіївна

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	формування у студентів комплексних знань та практичних навичок, які дозволять їм ефективно використовувати Instagram для досягнення маркетингових цілей у сучасному цифровому середовищі.
Формат	лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	- Здатність використовувати різні методи пошуку, оброблення та аналізу різноманітної інформації, будувати та розвивати логічні аргументи з чітким формулюванням висновків щодо них/ практичні завдання, самостійна робота - Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції / практичні завдання - Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань / практичні завдання - Здатність створювати контент для платформи / практичні завдання
Обсяг і форми контролю	3 кредити ECTS (90 годин): 12 годин лекції, 18 годин семінарсько-практичні; підсумковий контроль – диференційований залік.
Вимоги викладача	вчасне виконання завдань, активність, командна робота, участь в дискусіях
Умови зарахування	виконання навчального плану

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)

Модуль 1.					
Лекція 1.	Введення в Instagram-маркетинг	Практичне заняття 1 (ПЗ 1)	Ознайомлення з основами Instagram	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв’язання практичних завдань.
Лекція 2.	Створення та оптимізація профілю	ПЗ 2	Створення контент-плану та стратегії. Використання різних видів контенту та їх ефективність		
Лекція 3	Розробка контент-стратегії та залучення аудиторії	ПЗ 3, 4	Ефективне використання хештегів та геолокації. Стимулювання взаємодії через коментарі та лайки		
Модуль 2.					
Лекція 4	Instagram реклама. Інфлюенсер-маркетинг на Instagram	ПЗ 5,6	Огляд рекламних можливостей на платформі	Самостійна робота	Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу; підготовка з визначених для обговорення питань; розв’язання практичних завдань.
Лекція 5	Аналітика та вдосконалення стратегії	ПЗ 7	Роль інфлюенсерів у маркетингу		
Лекція 6	Захист від кризи та управління репутацією	ПЗ 8, 9 (Залік)	Ризики та можливі кризові ситуації в Instagram, побудова та підтримка позитивної репутації Підсумковий семінар-диспут		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Література	- Пушкар О. І., Климнюк В. Є., Браткевич В. В. Мультимедійні видання : навч. посіб. Х.: Вид-во ХНЕУ, 2012. - Савицька Н. Л., Синицина Г. А., Олініченко К. С. Рекламний менеджмент: навч. посібн. Харків. : Видавництво І. Іванченко, 2015. – 169 с. - Батаєва К.В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність. К. : Кондор, 2017. 343 с. - Батаєва К.В. Візуальне від античності до постсучасності. К. : Кондор, 2017. 241с.	Методичне забезпечення	- Курс лекцій з дисципліни «Instagram-маркетинг» - Методичні вказівки для практичних занять та самостійної роботи з дисципліни «Instagram-маркетинг»
------------	---	------------------------	---

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 90	90% від усередненої оцінки за модулі
		до 10	залік
Модульне оцінювання	90 бальна сумарна	до 40	відповіді на семінарських заняттях
		до 40	виконання практичної роботи
		до 10	результат засвоєння блоку самостійної роботи

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися кодексу академічної доброчесності та вимог, які прописані у положенні «Про академічну доброчесність учасників освітнього процесу ДБТУ»: виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.