



ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н. КАРАЗІНА  
Кафедра економіки та менеджменту ННІ «Українська інженерно-педагогічна академія»



**СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В МЕНЕДЖМЕНТІ**

Назва дисципліни за вибором



**СЛАСТЯНИКОВА  
Анжеліка Ігорівна**

Кандидат економічних  
наук

Профайл викладача:

[http://econmgmt.uipa.edu.ua/?  
page\\_id=1336](http://econmgmt.uipa.edu.ua/?page_id=1336)

**Анотація:** Дисципліна «Соціальні медіа в менеджменті» досліджує роль соціальних медіа як потужного інструменту для управління бізнесом у сучасному цифровому середовищі. Курс охоплює стратегії використання соціальних медіа для побудови бренду, маркетингу, управління репутацією та взаємодії з клієнтами. Студенти вивчатимуть інструменти та платформи для ефективної комунікації, кризового менеджменту через соціальні мережі та аналізу результатів діяльності. Курс також розглядає етичні та правові аспекти використання соціальних медіа в бізнесі. Завдяки цьому курсу студенти отримають практичні навички застосування соціальних медіа для досягнення бізнес-цілей та управлінських задач.

**Метою** вивчення дисципліни є розвиток у студентів навичок ефективного використання соціальних медіа для управління бізнесом, зокрема для побудови бренду, маркетингу, управління репутацією та взаємодії з клієнтами, а також надання знань про інструменти та стратегії використання соціальних медіа в умовах сучасного цифрового середовища.

**Очікувані результати навчання:**

*За результатами навчання студент буде:*

знати: основні соціальні медіа-платформи та їх специфіку використання в бізнесі; стратегії та методи побудови бренду через соціальні медіа; принципи управління репутацією в соціальних мережах; роль соціальних медіа в маркетингових кампаніях та просуванні товарів/послуг; етичні та правові аспекти використання соціальних медіа в бізнесі; технології та інструменти аналітики для оцінки ефективності діяльності в соціальних мережах.

вміти: розробляти стратегії використання соціальних медіа для брендингу та маркетингових кампаній; аналізувати ефективність використання соціальних медіа для досягнення бізнес-цілей; управляти репутацією підприємства через соціальні мережі та реагувати на кризові ситуації; використовувати сучасні інструменти для моніторингу та аналізу даних з соціальних медіа; застосовувати соціальні медіа для ефективної комунікації з клієнтами та партнерами; оцінювати ризики та етичні питання при використанні соціальних медіа в бізнесі.

**Теми аудиторних занять та самостійної роботи**

Тема 1. Вступ до соціальних медіа та їх роль у сучасному менеджменті (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 2. Стратегії використання соціальних медіа в управлінні підприємством (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 3. Соціальні медіа як інструмент для побудови бренду (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 4. Маркетинг через соціальні медіа: сучасні тенденції та інструменти (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 5. Управління репутацією через соціальні медіа (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 6. Аналітика в соціальних медіа (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 7. Кризовий менеджмент у соціальних медіа (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 8. Соціальні медіа в управлінні комунікаціями та взаємодії з клієнтами (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 9. Технології та інновації в соціальних медіа для менеджменту (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

Тема 10. Етика і законодавчі аспекти використання соціальних медіа в бізнесі (лекцій – 2 год., практ. – 2 год.)

**Мова викладання навчальної дисципліни** – Українська.

**Формат навчальної дисципліни** – Змішаний (blended).

**Курс:** 2

**Семестр:** 4

**Обсяг дисципліни** – 90 годин (3 кредити).

**Структура дисципліни** – Лекції – 20 годин, Практичні заняття – 20 годин, Самостійна робота – 50 годин.

**Підсумковий контроль** – Екзамен.

**Технічне й програмне забезпечення та/або обладнання** – комп'ютер, екран, колонки.