

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ НАФТИ І ГАЗУ

Інститут економіки та менеджменту

Кафедра менеджменту та адміністрування



ЗАТВЕРДЖУЮ

Перший проректор ІФНТУНГ

Олег МАНДРИК

31 08 2022 року

Ділові комунікації в соціальних мережах  
(назва навчального дисципліни)

**РОБОЧА ПРОГРАМА**

Другий (магістерський) рівень  
(рівень вищої освіти)

галузь знань 07

Управління та адміністрування  
(шифр і назва)

спеціальність 073

Менеджмент  
(шифр і назва)

вид дисципліни

вибіркова  
обов'язкова / вибіркова

Івано-Франківськ  
2022

Робоча програма дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах» для студентів, що навчаються за освітньо-професійною програмою «Менеджмент та адміністрування» на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Менеджмент».

Розробник:  
доц. кафедри менеджменту та  
адміністрування, к.е.н., доцент

  
Наталя МИКИТЮК

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри менеджменту та адміністрування.

Протокол від " 31 " серпня 2022 року № 1 .

Завідувач кафедри менеджменту та  
адміністрування д.е.н., професор

  
Алла ПОЛЯНСЬКА

Узгоджено:

Гарант освітньої програми  
доц. кафедри менеджменту та  
адміністрування, к.е.н., доцент

  
Ірина СТАНЬКОВСЬКА

## 1 ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Ресурс годин на вивчення дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах» згідно з чинним РНП, розподіл по семестрах і видах навчальної роботи для різних форм навчання характеризує таблиця 1.

Таблиця 1 – Розподіл годин, виділених на вивчення дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах»

Найменування показників	Всього		Розподіл по семестрах			
			Семестр 3			
	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)	Денна форма навчання (ДФН)	Заочна (дистанційна) форма навчання (ЗФН)
Кількість кредитів ECTS	3	3	3	3		
Кількість модулів	1	1	1	1		
Загальний обсяг часу, год	90	90	90	90		
Аудиторні заняття, год, у т.ч.:	24	8	24	8		
лекційні заняття	12	4	12	4		
семінарські заняття	-	-	-	-		
практичні заняття	12	4	12	4		
лабораторні заняття	-	-	-	-		
Самостійна робота, год, у т.ч.	66	82	66	82		
виконання курсової роботи	-	-	-	-		
виконання контрольних (розрахунково-графічних) робіт	-	-	-	-		
опрацювання матеріалу, викладеного на лекціях	12	12	12	12		
опрацювання матеріалу, винесеного на самостійне вивчення	33	49	33	49		
підготовка до практичних занять та контрольних заходів	12	12	12	12		
виконання індивідуальної роботи (10% загального обсягу дисципліни)	9	9	9	9		
підготовка до екзамену	-	-	-	-		
Форма семестрового контролю	Диференційований залік		Диференційований залік			

## 2 МЕТА ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Дана навчальна дисципліна є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця в області ділових комунікацій в соціальних мережах. Оволодіння матеріалом дисципліни дає можливість студентам сформувати в них системний підхід до ведення ділових комунікацій в соціальних мережах та використання соцмереж на різних рівнях управління в організації.

Основною метою викладання навчальної дисципліни є знайомство з роллю, яку сьогодні відіграють в бізнес-процесах суб'єкта господарювання ділові комунікації в соціальних мережах, дослідження потенціалу використання соціальних мереж для ведення ділових комунікацій, перегляд і переосмислення традиційних уявлень про роботу в соціальних мережах, вироблення нових принципів ведення ділових комунікацій зі споживачами за допомогою соціальних мереж, зміна традиційного підходу до управління і перегляд суті такого поняття, як «ділові комунікації в соціальних мережах».

У результаті вивчення дисципліни студент повинен демонструвати такі результати навчання через знання, уміння та навички:

- розуміти сутність ділових комунікацій в соціальних мережах;
- знати функції менеджера соціальних мереж;
- вміти оцінити використання соціальних мереж в процесі ведення ділових комунікацій;
- визначати нові принципи ділових комунікацій за допомогою соціальних мереж;
- вміти планувати, створювати і курувати контентом соціальних мереж для підвищення ефективності ділових комунікацій;
- запропонувати способи виходу на якісно вищий рівень ділових комунікацій за допомогою соціальних мереж.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у студентів компетентностей, передбачених відповідним стандартом вищої освіти України:

**інтегральних:** здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту та у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог;

### **загальних:**

Здатність до спілкування з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;

Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);

### **фахових:**

Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління;

Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом;

Результати навчання дисципліни деталізують такі **програмні результати навчання**, передбачені відповідним стандартом вищої освіти України:

Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;

Проектувати ефективні системи управління організаціями;

Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті;

Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією;

Вміти спілкуватись в професійних і наукових колах державною та іноземною мовами;

Вміти делегувати повноваження та керівництво організацією (підрозділом);

Вміти планувати і здійснювати інформаційне, методичне, матеріальне, фінансове та кадрове забезпечення організації (підрозділу).

### 3 ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1 Тематичний план лекційних занять

Тематичний план лекційних занять дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах» характеризує таблиця 2.

Таблиця 2 – Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем (Т) та їх зміст	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	поряд- ковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		
ЗМ1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		
Т 1.1	<b>Процес ділової комунікації в соціальних мережах.</b> Призначення ділових повідомлень. Внутрішня і зовнішня комунікація. Обіг інформації в межах організації. Елементи моделі комунікації та роль кожного елемента. Причини та наслідки невдалої комунікації. Способи подолання невдалої комунікації. Пристосування повідомлення до аудиторії.	2	0,5	1 3 5 9	л. 1 т. 1 С. 17-20 С. 286-295
Т 1.2	<b>Культурні відмінності у процесі ділової комунікації в соціальних мережах.</b> Поняття «культура». Вплив культури на ділове спілкування в соціальних мережах. Техніки спілкування з представниками інших культур.	2	0,5	1 3	л. 2 т. 11
Т 1.3	<b>Техніки комунікації у ситуаціях міжособистісного та ділового спілкування в соціальних мережах.</b> Невербальні повідомлення та передача інформації. Техніки ефективного слухання. Риси успішних колективів. Навички ефективної роботи в колективі.	2	1	1 3 6	л. 3 т. 8 С. 130-139
ЗМ2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		
Т 2.1	<b>Написання ефективних речень та абзаців в соціальних мережах.</b> Процес письма. Основні риси ділового письмового спілкування. Речення з використанням технік ефективного письма. Написання речень й абзаців з урахуванням тону повідомлення і використання схем, адекватних до ситуації.	2	1	1 3 7	л. 6 т. 4 <a href="#">link</a>
Т 2.2	<b>Рутинні ділові повідомлення в соціальних мережах.</b> Призначення ділової кореспонденції. Підходи до ділових електронних листів. Вибір формату для ділової кореспонденції. Зміст і тон ділового повідомлення. Канали передачі повідомлень та інформації. Структурні схеми комунікації.	2	0,5	1 3	л. 7 т. 11
Т 2.3	<b>Негативні ділові повідомлення в соціальних мережах.</b> Ситуації, що потребують надсилання негативних повідомлень або повідомлень з поганими новинами в непрямий спосіб. Призначення повідомлень, що містять негативні/погані новини. Організація непрямого повідомлення з негативними/поганими новинами.. Ідентифікування юридичних і етичних міркувань, яке стосується ділової кореспонденції. Особливі вимоги до тону повідомлень, які пишуть для внутрішнього використання. Обставини, за яких використовують прямий підхід для повідомлення поганих новин. Написання непрямих ділових повідомлень з використанням стандартного формату.	2	0,5	1 3	л. 9 т. 5

**Всього:** модулів – 1, змістових модулів – 2.

### 3.2 Теми практичних занять

Теми практичних занять дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах» наведено у таблиці 3.

Таблиця 3 – Теми практичних занять

Шифр	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), тем практичних занять	Обсяг годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	<b>12</b>	<b>4</b>		
ЗМ1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		
П 1.1	Процес ділової комунікації в соціальних мережах.	2	0,5	2 4	р. 3-6 р. 4
П 1.2	Культурні відмінності у процесі ділової комунікації в соціальних мережах.	2	0,5	2 4	р. 3-6 р. 4
П 1.3	Техніки комунікації у ситуаціях міжособистісного та ділового спілкування в соціальних мережах.	2	1	2 4	р. 3-6 р. 4
ЗМ2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>	<b>6</b>	<b>2</b>		
П 2.1	Написання ефективних речень та абзаців в соціальних мережах.	2	1	2 4	р. 3-6 р. 4
П 2.2	Рутинні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	0,5	2 4	р. 3-6 р. 4
П 2.3	Негативні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	0,5	2 4	р. 3-6 р. 4

### 3.3 Завдання для самостійної роботи студента

Перелік матеріалу, який виносить на самостійне вивчення, наведено у таблиці 4.

Таблиця 4 – Матеріал, що виносить на самостійне вивчення

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), питання, що виносяться на самостійне вивчення	Обсяг, годин		Література	
		ДФН	ЗФН	порядковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	<b>33</b>	<b>49</b>		
ЗМ1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>	<b>16</b>	<b>24</b>		
Т 1.1	Причини та наслідки невдалої комунікації. Способи подолання невдалої комунікації. Пристосування повідомлення до аудиторії.	5	8	1 3	л. 1 т. 1
Т 1.2	Техніки спілкування з представниками інших культур.	5	8	1 3	л. 2 т. 11
Т 1.3	Навички ефективної роботи в колективі.	6	8	1 3	л. 3 т. 8
ЗМ2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>	<b>17</b>	<b>25</b>		
Т 2.1	Написання речень й абзаців з урахуванням тону повідомлення і використання схем, адекватних до ситуації.	6	8	1 3	л. 6 т. 4
Т 2.2	Канали передачі повідомлень та інформації. Структурні схеми комунікації.	6	8	1 3	л. 7 т. 11
Т 2.3	Обставини, за яких використовують прямий підхід для повідомлення поганих новин. Написання непрямих ділових повідомлень з використанням стандартного формату.	5	9	1 3	л. 9 т. 5

Індивідуальні завдання студента наведено у таблиці 5.

Таблиця 5 – Перелік індивідуальних завдань студента

Шифри	Назви модулів (М), змістових модулів (ЗМ), зміст індивідуальних завдань (ІЗ)	Обсяг годин	Література	
			порядковий номер	розділ, підрозділ
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>			
ЗМ1, ЗМ2	Презентація на тему «Ділове листування організації зі споживачами з використанням соціальних мереж»	9	1i 2i 3i	он-лайн он-лайн он-лайн

## 4 НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

### 4.1 Основна література

1. Бурківська Л. Ю., Романишин Ю. Л. Теорія комунікації: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 65 с.  
URL: [https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=462438](https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=462438).
2. Бурківська Л. Ю. Теорія комунікації: метод. вказівки для вивчення дисципліни. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2021. 59 с.  
URL: [https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=469904](https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=469904).
3. Галюк І. Б. Ділові комунікації у менеджменті: конспект лекцій. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2020. 102 с.  
URL: [https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=465438](https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=465438).
4. Демчина Л. І. Соціальні комунікації: метод. вказівки. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2021. 46 с.  
URL: [https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc\\_id=470021](https://search.library.nung.edu.ua/DocDescription?doc_id=470021).

### 4.2 Додаткова література

5. Голівець В., Сегол Р. Редакторське опрацювання соціальних мереж: підходи до створення контенту з метою формування позитивного іміджу компанії. *Вісник Книжкової палати*. 2018. № 5. С. 17-20.  
URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/vkp\\_2018\\_5\\_5.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vkp_2018_5_5.pdf).
6. Похилько С. В., Єременко А. Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2020. № 3. С. 130-139.  
URL: [https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3\\_2020/14.pdf](https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/14.pdf).
7. Осадча Г. Соціальні мережі - зручний інструмент комунікації для старост та громад. *Радник старости*. 2019. № 3.  
URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/rs/2019/september/issue-3/article-70466.html>.
8. Найпопулярніші соціальні мережі в Україні та країнах світу у 2020. 2020.  
URL: <https://uaspectr.com/2020/06/23/najpopulyarnishi-sotsialni-merezhi-v-ukrayini-ta-krayinah-svitu-2020/>.
9. Чорний В. Нові соціальні медіа та соціальні мережі в освітньому процесі. *Військова освіта. Збірник наукових праць*. 2018. № 1 (37). С. 286-295. DOI: <https://doi.org/10.33099/2617-1783/2018-1/286-295>.

### 4.3 Інформаційні ресурси в Інтернеті

- 1і. Правила ділового листування. 2020. URL: <https://library.sumdu.edu.ua/uk/novyny/878-pravila-dilovogo-listuvannya.html>.
- 2і. Як писати електронні листи. 2020. URL: <https://www.kadrovik01.com.ua/article/4703-yak-pisati-elektronni-listi>.
- 3і. Сундалов М. Як написати діловий лист англійською. 2020. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/poradi-yak-napisati-biznes-list-angliyskoyu-trendi-i-horoshiy-ton-ostanni-novini-50122677.html>

## 5 ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Форми навчання: навчальні заняття - лекції, практичні, консультації; самостійна робота - вивчення окремих питань тем студентом самостійно, підготовка до відпрацювання занять у разі пропуску; практична підготовка - підготовка до виконання письмових робіт; контрольні заходи - тести, контрольні роботи.

При вивченні дисципліни відповідно до наказу №150 від 24.06.2021 р. використовуються такі методи навчання, а саме: МН 1 - словесні методи (МН 1.1 - лекція, МН 1.2 - розповідь-пояснення, МН 1.3 - бесіда); МН 2 - наочні методи (МН 2.4 - комп'ютерні і мультимедійні методи); МН 3 - практичні методи (МН 3.1 - вправи, МН 3.4 - практичні роботи); МН 4 - індуктивний метод; МН 7 - аналітичний метод; МН 10 - метод узагальнення; МН 15 - проблемно-пошуковий метод; МН 17 - дослідницький метод; МН 18 - методи самостійної роботи вдома; МН 19 - робота під керівництвом викладача; МН 20 - інтерактивні методи (МН 20.1 - кейс-метод, МН 20.2 - дискусія, диспут, МН 20.3 - мозковий штурм, МН 20.4 - рольові і ділові ігри, МН 20.7 -

бесіда-діалог).

## 6 ПОЛІТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Усі види робіт слід виконувати вчасно, щоб зберегти загальний темп курсу, котрий сприяє ефективному засвоєнню матеріалу. Наслідками пропущених занять без поважних причин, зазвичай, стають додаткові види самостійної роботи (домашня контрольна робота, усна відповідь, тестовий контроль, презентація).

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій - реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання: оцінювання проводиться за 100 бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: лекції - 50% семестрової оцінки, практичні роботи - 50% семестрової оцінки.

## 7 МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Оцінювання знань студентів проводиться за результатами комплексних контролів за модулем та змістовими модулями. Модульний контроль за модулем та змістовими модулями передбачає контроль теоретичних знань і практичних навиків. Схему нарахування балів при оцінюванні знань студентів з дисципліни наведено в таблиці 6.

Таблиця 6 – Схема нарахування балів у процесі оцінювання знань студентів з дисципліни «Ділові комунікації в соціальних мережах»

Шифр	Назва модуля	Методи і форма оцінювання*	Максимальна кількість балів
М 1	Ділові комунікації в соціальних мережах		100
ЗМ1	Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації	МФО 5, МФО 7	20
ЗМ2	Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж	МФО 5, МФО 7	20
	Виконання індивідуальної роботи ЗМ1-ЗМ2	МФО 6, МФО 9	10
	Модульний контроль - Колоквіум	МФО 6, МФО8	50
	Диференційований залік / Сума рейтингових балів за семестр	МФО 3	100

\* - пояснення див. Наказ ректора ІФНТУНГ «Про шифрування методів навчання, методів і форм оцінювання» №150 від 24.06.2021 року

Диференційований залік з дисципліни виставляється студенту відповідно до чинної шкали оцінювання, що наведена в таблиці 7.

Таблиця 7 - Шкала оцінювання: національна та ECTS

Національна	Університетська (в балах)	ECTS	Визначення ECTS	Рекомендована система оцінювання згідно із наказом МОіНУ №48 від 23.01.2004р.
<b>Відмінно</b>	90-100	A	<b>Відмінно</b> - відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100 (відмінно)
<b>Добре</b>	82-89	B	<b>Дуже добре</b> – вище середнього рівня з кількома помилками	75-89 (добре)
	75-81	C	<b>Добре</b> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	
<b>Задовільно</b>	67-74	D	<b>Задовільно</b> - непогано, але зі значною кількістю недоліків	60-74 (задовільно)
	60-66	E	<b>Достатньо</b> – виконання задовольняє мінімальні критерії	
<b>Незадовільно</b>	35-59	FX	<b>Незадовільно</b> – потрібно попрацювати перед тим, як отримати залік або скласти екзамен	35-59 (незадовільно із можливістю повторного складання заліку)
	0-34	F	<b>Незадовільно</b> – необхідна серйозна подальша робота	0-34 (незадовільно із обов'язковим повторним вивченням модуля)

Якщо студент навчається за дуальною формою освіти елементи тем, що виносяться для вивчення на підприємствах формуються індивідуально для кожного студента за погодженням кафедри та підприємства (Додаток 1).



## Елементи тем для здобувачів, які навчаються за дуальною формою здобуття освіти, що виносяться для вивчення на підприємствах

### Тематичний план лекційних занять

Шифр	Назви модулів, змістовних модулів, навчальних елементів за робочою програмою дисципліни	Обсяг годин	Елементи тем, що виносяться для вивчення на підприємствах
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	<b>12</b>	
ЗМ 1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>		
Т 1.1	Процес ділової комунікації в соціальних мережах.	2	
Т 1.2	Культурні відмінності у процесі ділової комунікації в соціальних мережах.	2	
Т 1.3	Техніки комунікації у ситуаціях міжособистісного та ділового спілкування в соціальних мережах.	2	
ЗМ 2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>		
Т 2.1	Написання ефективних речень та абзаців в соціальних мережах.	2	
Т 2.2	Рутинні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	
Т 2.3	Негативні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	

### Теми практичних занять

Шифр	Назви модулів, змістовних модулів, навчальних елементів за робочою програмою дисципліни	Обсяг годин	Елементи тем, що виносяться для вивчення на підприємствах
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	<b>12</b>	
ЗМ1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>		
П 1.1	Процес ділової комунікації в соціальних мережах.	2	
П 1.2	Культурні відмінності у процесі ділової комунікації в соціальних мережах.	2	
П 1.3	Техніки комунікації у ситуаціях міжособистісного та ділового спілкування в соціальних мережах.	2	
ЗМ2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>		
П 2.1	Написання ефективних речень та абзаців в соціальних мережах.	2	
П 2.2	Рутинні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	
П 2.3	Негативні ділові повідомлення в соціальних мережах.	2	

### Структура залікових кредитів дисципліни

	Назви модулів (М), змістовних модулів (ЗМ), тем практичних занять (П)	Обсяг годин		бали
		лекції	практ	
М 1	<b>Ділові комунікації в соціальних мережах</b>	12	12	
ЗМ 1	<b>Використання соціальних мереж в ділових комунікаціях організації</b>	6	6	20
ЗМ 2	<b>Ведення ефективної комунікації організації зі споживачами за допомогою соціальних мереж</b>	6	6	20
	Виконання індивідуальної роботи ЗМ1-ЗМ2			10
	Модульний контроль - Колоквіум			50
	Разом			100