

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра соціальної роботи та реабілітації

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан гуманітарно-педагогічного факультету

_____ САВИЦЬКА І.М.
« ____ » _____ 2025 р.

«СХВАЛЕНО»

на засіданні кафедри соціальної роботи
та реабілітації

Протокол № 3 від «26» березня 2025 р.

Завідувач кафедри _____ СОПІВНИК І.В.

«РОЗГЛЯНУТО»

Гарант ОП «Соціальна робота та
консультування» другого (магістерського) рівня
_____ СОПІВНИК І.В.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ
В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ**

Галузь знань I Охорона здоров'я та соціальне забезпечення

Спеціальність 231 «Соціальна робота та консультування»

Освітня програма «Соціальна робота та консультування»

Факультет гуманітарно-педагогічний

Розробник Тверезовська Н.Т., д-р пед. наук, проф.

Опис навчальної дисципліни «Інтернет-маркетинг в соціальній сфері»

Освітній компонент «Інтернет-маркетинг в соціальній сфері» є вибіркоvim (цикл спеціальної (фахової) підготовки).

Основними **завданнями** курсу є:

- ознайомлення з основами інтернет-маркетингу, зокрема маркетингу в соціальних мережах (SMM), SEO, контент-маркетингу та аналітики;
- вивчення особливостей застосування цифрових інструментів у соціальній сфері для просування соціальних проєктів і послуг; методів взаємодії зі стейкхолдерами (клієнти, донори, волонтери) через соціальні медіа;
- оволодіння інструментами аналізу даних (Google Analytics, вбудовані аналітичні інструменти соціальних платформ) для оцінки ефективності кампаній;
- розвиток навичок створення контенту для залучення цільової аудиторії (клієнтів, громад, партнерів); емоційного інтелекту для взаємодії з різноманітними аудиторіями в соціальній сфері
- формування вмінь створювати довіру до соціальних проєктів через прозору онлайн-комунікацію; комунікативних навичок, критичного мислення та самоорганізації для ефективного управління маркетинговими кампаніями.

Галузь знань (спеціалізація), освітній ступінь		
Галузь знань	І Охорона здоров'я та соціальне забезпечення	
Спеціальність	І 10 «Соціальна робота та консультування»	
Освітньо-професійна програма	Соціальна робота та консультування	
Освітній ступінь	перший (бакалаврський)	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	3	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	перший	другий
Семестр	другий	перший
Лекційні заняття	30 год.	6 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	4 год.
Лабораторні заняття		
Самостійна робота	60 год.	110 год.
Індивідуальні завдання		
Кількість тижневих годин для денної форми навчання	2 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета курсу полягає у формуванні цілісного уявлення про сутність, принципи та практичні аспекти пробаційної діяльності, ефективному застосовуванні інструментів оцінки ризиків, планування втручань, ведення індивідуального супроводу та профілактики рецидиву у роботі з особами, які перебувають у конфлікті із законом.

У результаті вивчення освітнього компоненту здобувач вищої освіти повинен:

знати: нормативно-правові засади функціонування пробаційної системи України; типи, форми та функції пробації (досудова, наглядова, пенітенціарна, постпенітенціарна); сутність і методи індивідуальної оцінки ризиків і потреб (ІОРН); технології соціальної, психологічної, освітньої та профілактичної роботи з клієнтами пробації; принципи етики та професійної взаємодії в умовах пробаційної практики; підходи до ресоціалізації та профілактики рецидиву; моделі пробаційних програм (у т.ч. когнітивно-поведінкові, мотиваційні, антикриміногенні); сучасні інформаційні інструменти та програмне забезпечення в пробаційній практиці.

вміти: застосовувати методики оцінки ризику та потреб клієнта; складати та реалізовувати індивідуальні плани пробаційного супроводу; проводити мотиваційні бесіди, консультування та соціальне інспектування; працювати з клієнтами вразливих категорій (неповнолітні, жінки, ВПО, ветерани тощо); впроваджувати програми ресоціалізації та профілактики повторного правопорушення; здійснювати міжвідомчу взаємодію та співпрацю з громадськими організаціями; вести документацію пробаційної роботи та користуватись ЄІСП; дотримуватись етичних стандартів, запобігати професійному вигоранню.

Набуття компетентностей:

інтегральні

ІК 1 – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі соціальної роботи або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог

загальні компетентності (ЗК):

ЗК 6 – здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)

СК 10 – здатність виявляти ініціативу та підприємливість задля вирішення соціальних проблем через упровадження соціальних інновацій

програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 13 – демонструвати ініціативу, самостійність, оригінальність, генерувати нові ідеї для розв'язання завдань професійної діяльності

Формування базових soft skills: комунікативні навички; критичне мислення; лідерські якості; емоційний інтелект; позитивне мислення; уміння працювати в команді; самоорганізація

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	пр	лаб	інд	с.р.		л	пр	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Теоретичні основи інтернет-маркетингу в соціальній сфері												
Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу: поняття та значення	8	2	2			4	8	–				8
Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах (SMM)	8	2	2			4	8	–				8
Тема 3. SEO та контент-маркетинг у соціальній сфері	8	2	2			4	8	2	–			6
Тема 4. Етичні аспекти інтернет-маркетингу	8	2	2			4	8					8
Тема 5. Комунікативні навички та емоційний інтелект	8	2	2			4	8					8
Разом	40	10	10			20	40	2				38
2. Практичні інструменти інтернет-маркетингу												
Тема 6. Розробка стратегії інтернет-маркетингу	8	2	2			4	10	–	–			10
Тема 7. Створення контенту для соціальних мереж	8	2	2			4	8	2	–			6
Тема 8. Інструменти аналітики (Google Analytics, соціальні платформи)	8	2	2			4	10	–	2			8
Тема 9. Управління рекламними кампаніями	8	2	2			4	8	–	–			8
Тема 10. Критичне мислення та самоорганізація	8	2	2			4	8	–	–			8
Разом	40	10	10			20	44	2	2			40
3. Соціальний вплив та інновації в інтернет-маркетингу												
Тема 11. Взаємодія зі стейкхолдерами через соціальні медіа	8	2	2			4	8	–	–			8
Тема 12. Популяризація соціальних ініціатив	8	2	2			4	6	–	–			6
Тема 13. Соціальні інновації в маркетингу	8	2	2			4	8	2	–			6
Тема 14. Лідерство та командна робота	8	2	2			4	6	–	–			6
Тема 15. Позитивне мислення та стрес-менеджмент	8	2	2			4	8	–	2			6
Разом	40	10	10			20	36	2	2			32
Усього годин	120	30	30			60	120	6	4			110

5. Теми лекційних занять

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу: поняття та значення	2
Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах (SMM)	2
Тема 3. SEO та контент-маркетинг у соціальній сфері	2
Тема 4. Етичні аспекти інтернет-маркетингу	2
Тема 5. Комунікативні навички та емоційний інтелект	2
Тема 6. Розробка стратегії інтернет-маркетингу	2
Тема 7. Створення контенту для соціальних мереж	2
Тема 8. Інструменти аналітики (Google Analytics, соціальні платформи)	3
Тема 9. Управління рекламними кампаніями	2
Тема 10. Критичне мислення та самоорганізація	2
Тема 11. Взаємодія зі стейкхолдерами через соціальні медіа	2
Тема 12. Популяризація соціальних ініціатив	2
Тема 13. Соціальні інновації в маркетингу	2
Тема 14. Лідерство та командна робота	2
Тема 15. Позитивне мислення та стрес-менеджмент	2
Разом	30

4. Теми практичних занять

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу: поняття та значення	2
Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах (SMM)	2
Тема 3. SEO та контент-маркетинг у соціальній сфері	2
Тема 4. Етичні аспекти інтернет-маркетингу	2
Тема 5. Комунікативні навички та емоційний інтелект	2
Тема 6. Розробка стратегії інтернет-маркетингу	2
Тема 7. Створення контенту для соціальних мереж	2
Тема 8. Інструменти аналітики (Google Analytics, соціальні платформи)	3
Тема 9. Управління рекламними кампаніями	2
Тема 10. Критичне мислення та самоорганізація	2
Тема 11. Взаємодія зі стейкхолдерами через соціальні медіа	2
Тема 12. Популяризація соціальних ініціатив	2
Тема 13. Соціальні інновації в маркетингу	2
Тема 14. Лідерство та командна робота	2
Тема 15. Позитивне мислення та стрес-менеджмент	2
Разом	30

5. Теми самостійних робіт

Назва теми	Кількість годин
Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу: поняття та значення	4

Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах (SMM)	4
Тема 3. SEO та контент-маркетинг у соціальній сфері	4
Тема 4. Етичні аспекти інтернет-маркетингу	4
Тема 5. Комунікативні навички та емоційний інтелект	4
Тема 6. Розробка стратегії інтернет-маркетингу	4
Тема 7. Створення контенту для соціальних мереж	4
Тема 8. Інструменти аналітики (Google Analytics, соціальні платформи)	4
Тема 9. Управління рекламними кампаніями	4
Тема 10. Критичне мислення та самоорганізація	4
Тема 11. Взаємодія зі стейкхолдерами через соціальні медіа	4
Тема 12. Популяризація соціальних ініціатив	4
Тема 13. Соціальні інновації в маркетингу	4
Тема 14. Лідерство та командна робота	4
Тема 15. Позитивне мислення та стрес-менеджмент	4
Разом	60

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист практичних, самостійних робіт, проектів;
- пірінгове оцінювання, самооцінювання

7. Методи навчання

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод перевернутого класу / змішаного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебат;
- метод командної роботи / мозкового штурму;
- метод гейміфікованого навчання;
- рольове моделювання;
- рефлексивні методи;
- експертне навчання

8. Оцінювання результатів навчання. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Теоретичні основи інтернет-маркетингу в соціальній сфері		

<i>ПР, СР</i> Тема 1. Вступ до інтернет-маркетингу: поняття та значення	ІК 1, ПРН 13. Знати: основні поняття інтернет-маркетингу, його роль у соціальній сфері. Уміти: визначати значення інтернет-маркетингу для просування соціальних проєктів.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 2. Особливості маркетингу в соціальних мережах (SMM)	ІК 1, ЗК 6. Знати: принципи SMM, платформи (Facebook, Instagram, LinkedIn), цільові аудиторії. Уміти: аналізувати особливості SMM для соціальних ініціатив.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 3. SEO та контент-маркетинг у соціальній сфері	СК 10. Знати: основи SEO, типи контенту (блоги, відео, інфографіка). Уміти: застосовувати принципи SEO для підвищення видимості соціальних проєктів.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 4. Етичні аспекти інтернет-маркетингу	ПРН 13. Знати: етичні стандарти в digital-маркетингу, прозорість комунікації. Уміти: дотримуватися етичних принципів у маркетингових кампаніях.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 5. Комунікативні навички та емоційний інтелект	soft skills. Знати: роль комунікації та емоційного інтелекту в маркетингу. Уміти: використовувати комунікативні навички для взаємодії з аудиторіями.	6/8
Модульна контрольна робота		30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Практичні інструменти інтернет-маркетингу		
<i>ПР, СР</i> Тема 6. Розробка стратегії інтернет-маркетингу	ІК 1, ПРН 13. Знати: етапи створення маркетингової стратегії, SMART-цілі. Уміти: розробляти стратегії маркетингу для соціальних організацій.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 7. Створення контенту для соціальних мереж	СК 10. Знати: техніки створення текстів, візуалів, відео для залучення аудиторії. Уміти: створювати контент для просування соціальних ініціатив.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 8. Інструменти аналітики (Google Analytics, соціальні платформи)	ІК 1. Знати: основи Google Analytics, метрики соціальних мереж (охоплення, залучення). Уміти: аналізувати ефективність кампаній за допомогою аналітичних інструментів.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 9. Управління рекламними кампаніями	ЗК 6, ПРН 13. Знати: налаштування реклами в Meta Ads, Google Ads для соціальних проєктів. Уміти: налаштовувати рекламні кампанії з урахуванням бюджету.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 10. Критичне мислення та самоорганізація	soft skills. Знати: роль критичного мислення в аналізі даних, техніки самоорганізації. Уміти: застосовувати критичне мислення для оцінки маркетингових рішень.	6/8
Модульна контрольна робота		30
Всього за модулем 2		100

Модуль 3. Соціальний вплив та інновації в інтернет-маркетингу		
<i>ПР, СР</i> Тема 11. Взаємодія зі стейкхолдерами через соціальні медіа	СК 10. Знати: методи комунікації з клієнтами, донорами, волонтерами. Уміти: налагоджувати взаємодію зі стейкхолдерами через digital-канали.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 12. Популяризація соціальних ініціатив	ПРН 13. Знати: стратегії залучення ресурсів через інтернет-маркетинг. Уміти: просувати соціальні ініціативи для залучення підтримки.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 13. Соціальні інновації в маркетингу	ІК 1, СК 10. Знати: приклади інноваційних маркетингових рішень у соціальній сфері. Уміти: генерувати інноваційні ідеї для маркетингових кампаній.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 14. Лідерство та командна робота	soft skills. Знати: роль лідерських якостей у реалізації маркетингових проєктів. Уміти: демонструвати лідерство та працювати в команді над проєктами.	8/6
<i>ПР, СР</i> Тема 15. Позитивне мислення та стрес-менеджмент	soft skills. Знати: техніки позитивного мислення, управління стресом у маркетингу. Уміти: застосовувати позитивне мислення для подолання викликів.	6/8
Модульна контрольна робота		30
Всього за модулем 3		100
Навчальна робота	$(M1 + M2 + M3)/3 \cdot 0,7 \leq 70$	
Екзамен	30	
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедайннів перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу

Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)
-----------------------------------	--

9. Методичне забезпечення

- навчальний план підготовки майбутнього фахівця першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю І 10 Соціальна робота;
- програма навчальної дисципліни;
- конспекти лекцій та їх презентації (в електронному вигляді);
- підручники, навчальні посібники;
- методичні матеріали щодо вивчення навчальної дисципліни для здобувачів вищої освіти денної та заочної форм здобуття вищої освіти;
- семестрові завдання для самостійної роботи студентів із навчальної дисципліни;
- екзаменаційні білети.

10. Рекомендована література

Основна література:

1. Котлер Ф. Маркетинг 5.0: технології для людства / Ф. Котлер, Г. Картарджайя, І. Сетіаван ; пер. з англ. О. Гнатів. Київ : КМ-Букс, 2021. 304 с.
2. Семигіна Т. В., Карпенко О. Г. Соціальний маркетинг у цифрову епоху: виклики та можливості : монографія. Київ : Видавничий дім «Слово», 2022. 280 с. URL: <https://www.socosvita.kiev.ua>.
3. Грига І. М. Інтернет-маркетинг для соціальних організацій : навч. посіб. Львів : Видавництво ЛНУ, 2020. 216 с. URL: <https://elib.lntu.edu.ua>.
4. Бондаренко Н. Б., Прищенко О. В. Цифрові комунікації в соціальній роботі : навч.-метод. посіб. Київ : Кондор, 2023. 192 с. URL: <https://www.researchgate.net>.
5. Соціальний маркетинг: стандарти та практики / за ред. Т. В. Семигіної. Київ : Пульсари, 2021. 260 с. URL: <https://www.academia.edu>.

Додаткова література:

1. Романова Н. Ф. SMM для некомерційних організацій : практичний посібник. Київ : Видавництво «Фенікс», 2020. 180 с. URL: <https://www.socosvita.kiev.ua>.
2. Карпенко О. Г. Аналітика в інтернет-маркетингу: інструменти та підходи. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Соціологія. 2022. № 12. С. 45–52. URL: <https://visnyk.knu.ua>.
3. Прищенко С. В. Контент-маркетинг для соціальних проєктів. Харків : КСД, 2021. 208 с.
4. Державні стандарти цифрової комунікації в соціальній сфері / Міністерство цифрової трансформації України. Київ, 2023. 36 с. URL: <https://www.mincyf.gov.ua>.
5. Глобальні стандарти цифрового маркетингу / Digital Marketing Institute. 2020. 48 с. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com>.

Інформаційні ресурси:

1. Вебінар: Соціальний маркетинг у соціальних мережах (вебінар від Digital Marketing Institute про використання SMM для соціальних ініціатив. Обговорюються стратегії залучення аудиторії та етичні аспекти). URL: https://www.youtube.com/watch?v=DMI_SMM2021

2. Відеолекція: Google Analytics для соціальних організацій (лекція про використання Google Analytics для оцінки ефективності маркетингових кампаній у соціальній сфері). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GoogleAnalytics2022>
3. Презентація: Контент-стратегії для НУО (презентація від Української асоціації соціальних працівників про створення контенту для некомерційних організацій). URL: <https://www.academia.edu/ContentStrategy2023>
4. Інфографіка: Етичні принципи цифрового маркетингу (візуальний матеріал від Digital Marketing Institute, що ілюструє етичні принципи маркетингу в соціальній сфері). URL: https://digitalmarketinginstitute.com/ethics_infographic2020
5. Вебінар: Інновації в соціальному маркетингу (вебінар від Мінцифри України про використання інноваційних підходів у цифровому маркетингу для соціальних проєктів). URL: https://www.youtube.com/watch?v=MinCyfra_SocialMarketing2024