ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ «УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Циклова комісія з бізнесу та управління

ЗАТВЕРДЖУЮ
Директор Фахового коледжу
ЗВО «Університет Короля Данила»
_____ Володимир ЯСЛИК

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«БЛОГІНГ ТА ОНЛАЙН-РЕПУТАЦІЯ»

Галузь знань 07 Управління та адміністрування / D Бізнес, адміністрування та право.

Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок / D2 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок.

Освітньо-професійна програма «Фінанси, банківська справа та страхування».

Освітньо-професійний ступінь – *фаховий молодший бакалавр.*
Статус дисципліни – *вибіркова.*
Мова викладання, навчання та оцінювання – *українська.*

Івано-Франківськ, 2026

Розробник:

МИРОНЮК Максим Володимирович – спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії з бізнесу та управління Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила».

Розглянуто та схвалено на засіданні циклової комісії з бізнесу та управління
Протокол № 1 від 26 серпня 2026 р.
Голова циклової комісії **Андрій ЦЮЦЯК**

Схвалено методичною радою
Фахового коледжу
ЗВО «Університет Короля Данила»
Протокол № 1 від 27 серпня 2026 р.
Голова методичної ради **Олег КЛІЩ**

ВСТУП

Мета вивчення дисципліни – формування у здобувачів системи теоретичних знань та практичних навичок щодо створення якісного контенту й ведення блогів на різних онлайн-платформах, побудови та просування персонального й корпоративного бренду, а також формування, моніторингу та захисту онлайн-репутації з метою встановлення довіри аудиторії та підвищення ефективності комунікації організацій у цифровому середовищі.

Предмет навчальної дисципліни – вивчення закономірностей створення контенту та ведення блогів на різних онлайн-платформах, принципів побудови й просування особистого та корпоративного бренду, методів формування, моніторингу та управління онлайн-репутацією, а також стратегій взаємодії з аудиторією, роботи з відгуками та реагування на репутаційні кризи в цифровому просторі. Вона охоплює вивчення контент-стратегій, правил цифрової етики та комунікації із користувачами, партнерами й громадськістю.

Завдання:

– сприянні розумінню ролі блогінгу та онлайн-репутації в сучасному інформаційному суспільстві та бізнесі;

– розвитку здібностей та навичок щодо створення якісного контенту й ведення блогів на різних онлайн-платформах;

– засвоєнні правил, принципів, оволодінні прийомами та методами формування, моніторингу та захисту онлайн-репутації.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

1) навчитися конструювати професійний блог як інструмент для особистого бренду та кар’єрного розвитку;

2) розуміти правила створення корисного та відповідального контенту, що підвищує онлайн-репутацію;

3) проводити аудит власного цифрового сліду, відстежувати та управляти враженням аудиторії;

4) оцінювати та мінімізувати ризики, пов’язані з репутаційними кризами в мережі;

5) впроваджувати стратегічний підхід до взаємодії з аудиторією, партнерами та роботодавцями.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **уміти:**

1) ставити цілі з просування особистого бренду;

2) формувати контент-план під конкретні цілі;

3) аналізувати статистичні дані, ринок та конкурентів для позиціювання експерта чи бізнесу;

4) реагувати на негативний відгук відповідно до алгоритму вирішення кризових ситуацій.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

		Денна форма	Заочна форма
Курс		**3**	**3**
Семестр		**6**	**6**
Кількість кредитів ECTS (год.)		**3 (90 год.)**	**3 (90 год.)**
Аудиторні навчальні заняття, год.	лекції	**16**	**4**
	семінарські	**14**	**2**
Самостійна робота, год		**60**	**84**
Форма підсумкового контролю	залік	**залік**	**залік**

СТРУКТУРНО–ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Пререквізити	Постреквізити
Основи психології управління	-
Дизайн мислення	
Інформаційно-комунікаційні технологіїї	
Економіка і підприємництво	

ЗАГАЛЬНІ ТА СПЕЦІАЛЬНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ

які доповнюються вивченням навчальної дисципліни
«Блогінг та онлайн-репутація»

Результати навчання	Код та назва компетентності
РН 8. Здійснювати пошук, відбір та опрацювання інформації з різних джерел у процесі професійної діяльності.	ЗК 8. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
РН 13. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації до фахівців і користувачів послуг у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку для досягнення спільної мети.	СК 10. Здатність здійснювати ефективні комунікації між фахівцями і користувачами послуг у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку.
РН 16. Знати основи менеджменту та маркетингу, застосовувати методи креативного мислення й психології управління для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.	СК 13. Здатність використовувати знання з основ менеджменту та маркетингу для прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

ПОЛІТИКА КУРСУ

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі ЗВО «Університету Короля Данила», студенти зобов'язані виконувати вимоги освітньо-професійної програми, графік освітнього процесу й вимоги навчального плану.

ПОВЕДІНКА В АУДИТОРІЇ

Усі учасники освітнього процесу повинні дотримуватися норм і правил внутрішнього розпорядку відповідно до Статуту Університету, Положення про Фаховий коледж і Положення про систему внутрішнього розпорядку.

1. Студент повинен з'являтися на заняття без запізнень. Про початок і закінчення занять інформує розклад, доступний в електронному чи паперовому вигляді.
2. Студенти заходять в аудиторію тільки після того, як її залишать викладач і група, що мали там попереднє заняття.
3. Студенти повинні бути в аудиторії перед початком заняття, приходити раніше викладача.
4. Перед початком заняття студент має вимкнути звук мобільного телефона й інших пристроїв. Таке міжнародне правило етикету стосується не тільки навчального процесу, а й будь-яких офіційних заходів. Користуватися ґаджетами під час заняття в цілях, що не пов'язані з навчальним процесом чи порушують його, не дозволяється.
5. В аудиторії слід поводитися виховано, стримано, уважно слухати викладача й бути активним учасником навчального процесу.
6. Потрібно дотримуватися правил внутрішнього розпорядку коледжу, бути толерантними, доброзичливими й виваженими у спілкуванні зі студентами й викладачами.
7. У разі дистанційної форми навчання присутність студента на практичному занятті передбачає обов'язково ввімкнуту камеру, а також активність та уважність.

ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

На початку вивчення курсу викладач знайомить студентів з основними пунктами Положення про академічну доброчесність, відповідно до якого й здійснюється навчальний процес.

Студент зобов'язаний:

1. Поважати права всіх членів академічної спільноти ЗВО «Університет Короля Данила», Фахового коледжу зокрема.
2. Дотримуватися гендерної, расової, етнокультурної, міжконфесійної та політичної толерантності.
3. Не фальшувати, не підробляти документи, що стосуються навчального процесу.
4. Не списувати, не використовувати шпаргалки й інші підказки під час проміжного чи підсумкового контролю.
5. Поводитися гідно, навчатися сумлінно, бути чесним у міжособистісному спілкуванні.
6. Не пропонувати й не надавати членам академічної спільноти ЗВО «Університет Короля Данила», Фахового коледжу зокрема, неправомірної вигоди, не займатися протекціонізмом.

ВІДПРАЦЮВАННЯ ПРОПУЩЕНИХ ЗАНЯТЬ		
Відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» усі пропущені заняття, а також отримані негативні оцінки студенти зобов'язані відпрацювати впродовж трьох наступних тижнів. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані в установлений термін.		
ОСКАРЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТІВ КОНТРОЛЬНИХ ЗАХОДІВ (СЕМЕСТРОВОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ)		
Оскарження процедури проведення та результатів контрольних заходів відповідно до Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університет Короля Данила» розглядає та вирішує проректор з навчальної роботи на підставі заяви студента або подання директора Фахового коледжу.		
МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ		
Результати навчання	**Методи навчання**	**Форми та методи оцінювання**
Освітній компонент «Блогінг та онлайн-репутація»		
РН 8. Здійснювати пошук, відбір та опрацювання інформації з різних джерел у процесі професійної діяльності. РН 13. Використовувати професійну аргументацію для донесення інформації до фахівців і користувачів послуг у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку для досягнення спільної мети. РН 16. Знати основи менеджменту та маркетингу, застосовувати методи креативного мислення й психології управління для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.	Словесні методи (лекція, розповідь-пояснення, бесіда). Наочні методи (ілюстрування, мультимедійні методи). Практичні методи (вправи, практичні роботи). Творчі (дослідження студентів). Метод самостійної роботи. Робота під керівництвом викладача. Інтерактивні методи (дискусія, мозковий штурм).	Залік. Поточний контроль. Усний контроль. Письмовий контроль. Тестовий контроль.

ДІАГНОСТИКА РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Система оцінювання результатів навчання здобувачів освіти 3 курсу за освітньо-професійною програмою «Фінанси, банківська справа та страхування» здійснюється відповідно до «Положення про систему контролю та оцінювання знань здобувачів освіти Фахового коледжу ЗВО «Університету Короля Данила». Кожен вид контролю передбачений з урахуванням результатів навчання.

Видами діагностики та контролю знань з навчальної дисципліни є *поточний контроль, підсумковий контроль, оцінювання самостійної роботи, самоконтроль*.

Поточний контроль (в т. ч. контроль самостійної роботи та форми самоконтролю) – усне опитування та виконання письмових завдань (тестів), виступи, презентації на практичних заняттях. Оцінювання здійснюється за національною чотирибальною шкалою – «2»; «3»; «4»; «5».

Фіксація поточного контролю здійснюється в «Електронному журналі обліку успішності академічної групи» на підставі чотирибальної шкали. У разі відсутності здобувача освіти на занятті виставляється «н». За результатами поточного контролю у Журналі автоматично обчислюється підсумкова оцінка та здійснюється підрахунок пропущених занять. Усереднена оцінка переводиться в 60-бальну шкалу згідно нижченаведеної таблиці.

Здобувачі освіти повинні мати оцінки з не менше 50 % аудиторних занять.

Оцінювання самостійної роботи, яка передбачена в тематичному плані навчальної дисципліни разом з аудиторною роботою, здійснюється під час проведення практичних занять (поточний контроль). Поточний контроль самостійної роботи передбачає усну відповідь, захист практичних робіт, вирішення ситуаційних задач, виконання індивідуальних завдань, відпрацювання практичних навичок тощо.

Виставлення балів за самостійну роботу під час поточного контролю обов'язково супроводжується оцінювальними судженнями. Бали додаються до балів, які отримав здобувач освіти під час поточного контролю, але не більше, ніж кількість балів з оцінювання окремої теми заняття.

Оцінювання тем, які виносяться лише на самостійну роботу і не входять до тем аудиторних занять, контролюється під час підсумкового контролю.

Підсумковий контроль проводиться для встановлення рівня досягнення здобувачами освіти програмних результатів навчання з навчальної дисципліни «Блогінг та онлайн-репутація», після завершення вивчення дисципліни.

До підсумкового контролю допускаються здобувачі освіти, які за результатами поточного контролю отримали 35 балів і більше. Усі здобувачі освіти, що отримали 34 бали і менше, не допускаються до складання підсумкового контролю і на підставі укладення додаткового договору, здійснюють повторне вивчення дисципліни впродовж наступного навчального семестру.

Підсумковий контроль знань проводиться у формі заліку, завданням якого є перевірка розуміння здобувачем освіти програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності до творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. Усі здобувачі освіти зобов'язані до заліку відпрацювати всі пропущені практичні заняття.

За результатами підсумкового контролю здобувач освіти може отримати 40 балів. Здобувачі освіти, які під час підсумкового контролю отримали 25 балів і менше, вважаються такими, що не склали екзамен/диференційований залік і повинні йти на перездачу.

Загальна семестрова оцінка з дисципліни, яка виставляється в екзаменаційних відомостях, оцінюється в балах (національної шкали, 100-бальної шкали й шкали ЄКТС) і є сумою балів, отриманих під час поточного та підсумкового контролю.

Здобувачі освіти можуть підвищувати свій рейтинг під час екзаменаційної сесії шляхом одноразової повторної перездачі, попередньо подавши заяву адміністрації коледжу не пізніше одного робочого дня після сесії.

Одержаний при підвищенні рейтингу результат буде остаточним при виставленні підсумкового контролю.

Здобувачі освіти, які не з'явилися на залік без поважних причин, вважаються такими, що отримали незадовільну оцінку.

Самоконтроль передбачений у формі питань для самоконтролю, які розміщено на сторінці навчальної дисципліни «Блогінг та онлайн-репутація» в Системі дистанційної освіти, та виконання практичних завдань, виконуючи які, здобувачі

фахової передвищої освіти мають можливість самостійно перевірити правильність виконання та проаналізувати неправильні результати.

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ
(за 4-бальною шкалою)

Шкала в балах	***Оцінка шкали ECTS***	***Національна шкала***
90-100 балів	A	5 («відмінно»)
83-89 балів	B	4 («дуже добре»)
75-82 бали	C	4 («добре»)
67-74 бали	D	3 («задовільно»)
60-66 балів	E	3 («достатньо»)
35-59 балів	FX	2 («незадовільно»)
0-34 бали	F	2 («неприйнятно»)

При цьому, оцінки повинні відповідати таким критеріям:

«відмінно» – здобувач освіти міцно засвоїв теоретичний матеріал, глибоко й всебічно знає зміст навчальної дисципліни, основні положення рекомендованої літератури, логічно мислить і будує відповідь, вільно використовує набуті теоретичні знання під час вирішення ситуаційних завдань, висловлює своє ставлення до тих чи інших проблем, демонструє високий рівень засвоєння практичних навичок з аналізу середовища, формування контенту та підтримання онлайн-репутації;

«дуже добре» – здобувач освіти добре засвоїв теоретичний матеріал, аргументовано викладає його; володіє практичними навичками з аналізу середовища, формування контенту та підтримання онлайн-репутації;

«добре» – здобувач освіти має практичні навички, висловлює свої міркування з бізнес-культури, але припускається певних неточностей і похибок у логіці викладу теоретичного змісту або при аналізі практичного матеріалу;

«задовільно» – здобувач освіти в основному опанував теоретичні питання з бізнес-культури, але непереконливо відповідає, плутає поняття, додаткові питання викликають невпевненість або відсутність стабільних знань;

«достатньо» – здобувач освіти, відповідаючи на запитання практичного характеру, виявляє неточності у знаннях, не вміє оцінювати факти та явища, пов’язувати їх із майбутньою діяльністю;

«незадовільно» – здобувач освіти не опанував навчальний матеріал дисципліни, не знає визначень; майже не орієнтується в рекомендованій літературі;

«неприйнятно» – здобувач освіти взагалі не орієнтується в рекомендованій літературі, практичні навички з блогінгу та онлайн-репутації не сформовані.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Блогінг та онлайн-репутація»

1. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Основи онлайн-репутації та персонального бренду фахівця

1. Сутність і складові онлайн-репутації, її вплив на довіру аудиторії та бізнес-результати.
2. Поняття персонального бренду, його елементи та відмінності від корпоративного бренду.
3. Механізми формування репутації в цифровому середовищі, роль зворотного зв'язку.
4. Позиціонування особистості та вибір цільової аудиторії.

Тема 2. Структура та стилістика блогу

1. Типологія блогів та вибір оптимальної онлайн-платформи для різних цілей.
2. Структура блог-публікації: заголовок, вступ, основна частина, висновки, заклик до дії.
3. Стилістика викладу, тон голосу бренду та адаптація тексту до аудиторії.
4. Візуальне оформлення, навігація та зручність сприйняття контенту.

Тема 3. Контент-стратегія та планування: календар публікацій, теми, формати

1. Побудова контент-стратегії, визначення цілей та ключових тем блогу.
2. Розробка контент-календаря та вибір частоти й регулярності публікацій.
3. Формати контенту та їх поєднання.
4. Адаптація контенту під різні платформи.

Тема 4. Етика, прозорість та відповідальність у блогінгу

1. Принципи цифрової етики й правові норми регулювання онлайн-контенту.
2. Прозорість у роботі з рекламою, спонсорством та розкритті партнерства.
3. Відповідальність автора за достовірність інформації та її вплив на аудиторію.
4. Захист конфіденційності, персональних даних та авторських прав.

Тема 5. Управління кризами та моніторинг репутації

1. Моніторинг онлайн-згадок, відгуків та настроїв аудиторії.
2. Ідентифікація репутаційних ризиків та раннє виявлення кризових ситуацій.
3. Алгоритм дій у кризових ситуаціях та розробка кризового плану.

Тема 6. Взаємодія з аудиторією: побудова довіри та залучення

1. Прийоми залучення аудиторії та стимулювання зворотного зв'язку.
2. Робота з коментарями, відгуками та різними типами підписників.
3. Формування спільноти навколо блогу та довгострокової довіри.
4. Побудова діалогу та реагування на критику й негатив.

Тема 7. Інструменти вимірювання ефективності

1. Визначення ключових метрик.
2. Аналіз ефективності контенту та коригування стратегії за результатами.
3. Оцінка впливу онлайн-репутації на бізнес-показники.

Тема 8. Інструменти та програми-помічники

1. Огляд платформ для ведення блогів
2. Інструменти для створення й оформлення контенту
3. Сервіси автоматизації публікацій і комунікації з аудиторією.

2.ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН								
Назва теми	**Денна форма навчання**				**Заочна форма навчання**			
	всього	лекції	практичні заняття	самостійна робота	**всього**	лекції	практичні заняття	самостійна робота
Основи онлайн-репутації та персонального бренду	10	2	2	6	40	2	2	8
Структура та стилістика блогу	10	2	2	6				8
Контент-стратегія та планування: календар публікацій, теми, формати	10	2	2	6				10
Етика, прозорість та відповідальність у блогінгу	10	2	2	6				10
Управління кризами та моніторинг репутації	10	2	2	6	50	2	-	12
Взаємодія з аудиторією: побудова довіри та залучення	14	2	2	10				12
Інструменти вимірювання ефективності	14	2	1	10				12
Інструменти та програми-помічники	12	2	1	10				12
Всього годин на вивчення дисципліни	**90**	**16**	**14**	**60**	**90**	**4**	**2**	**84**

3. ПЛАН ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Теми лекцій	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
Лекція 1	Основи онлайн-репутації та персонального бренду фахівця	2	2
Лекція 2	Структура та стилістика блогу	2	
Лекція 3	Контент-стратегія та планування: календар публікацій, теми, формати	2	
Лекція 4	Етика, прозорість та відповідальність у блогінгу	2	
Лекція 5	Управління кризами та моніторинг репутації	2	2
Лекція 6	Взаємодія з аудиторією: побудова довіри та залучення	2	
Лекція 7	Інструменти вимірювання ефективності	2	
Лекція 8	Інструменти та програми-помічники	2	
	Всього лекційних занять	**16**	**4**

4.ПЛАН СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ заняття	Тема семінару	Кількість годин	
		денна форма	заочна форма
1	Основи онлайн-репутації та персонального бренду фахівця	2	2
2	Структура та стилістика блогу	2	
3	Контент-стратегія та планування: календар публікацій, теми, формати	2	
4	Етика, прозорість та відповідальність у блогінгу	2	
5	Управління кризами та моніторинг репутації	2	-
6	Взаємодія з аудиторією: побудова довіри та залучення	2	
7	Інструменти вимірювання ефективності	2	
	Інструменти та програми-помічники		
	Всього семінарських занять	**14**	**2**

5.САМОСТІЙНА РОБОТА

Назва теми	Зміст завдання для самостійної роботи	Кількість годин		Рекомендовані джерела інформації
		денна форма	заочна форма	
Тема 1. Основи онлайн-репутації та персонального бренду фахівця	Сутність і складові персонального бренду	6	8	**1, 9, 10, 16**
Тема 2. Структура та стилістика блогу	Розробка структури особистого чи корпоративного блогу – стиль, зміст, рубрикатори	6	8	**8, 10**
Тема 3. Контент-стратегія та планування: календар публікацій, теми, формати	Розробка контент-плану на 2 тижні	6	10	**2, 9, 18**
Тема 4. Етика, прозорість та відповідальність у блогінгу	Юридичне підгрупня соціальної відповідальності в побудові особистого бренду	6	10	**1, 13, 14, 16**
Тема 5. Управління кризами та моніторинг репутації	Стратегії відновлення репутації після негативних інформаційних подій	6	12	**3,4, 15**
Тема 6. Взаємодія з аудиторією: побудова довіри та залучення	Поняття репутації, довіри, лояльності та репутаційних ризиків	10	12	**3,4,5,10**
Тема 7. Інструменти вимірювання ефективності	Охоплення, залучення, конверсії, лояльність як базові метрики в СММ	10	12	**2, 6, 12, 18**
Тема 8. Інструменти та програми-помічники	Інструменти ШІ для створення та аналізу контенту	10	12	**7, 11**
Всього годин самостійної роботи		**60**	**84**	

ПРОГРАМОВІ ВИМОГИ
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

1. Сутність і складові онлайн-репутації, її вплив на довіру аудиторії та бізнес-результати.
2. Поняття персонального бренду, його елементи та відмінності від корпоративного бренду.
3. Механізми формування репутації в цифровому середовищі, роль зворотного зв'язку.
4. Позиціонування особистості та вибір цільової аудиторії.
5. Типологія блогів та вибір оптимальної онлайн-платформи для різних цілей.
6. Структура блог-публікації: заголовок, вступ, основна частина, висновки, заклик до дії.
7. Стилістика викладу, тон голосу бренду та адаптація тексту до аудиторії.
8. Візуальне оформлення, навігація та зручність сприйняття контенту.
9. Побудова контент-стратегії, визначення цілей і ключових тем блогу.
10. Розробка контент-календаря та вибір частоти й регулярності публікацій.
11. Формати контенту (статті, відео, подкасти, сторіс, кейси) та їх поєднання.
12. Адаптація контенту під різні платформи.
13. Принципи цифрової етики й правові норми регулювання онлайн-контенту.
14. Прозорість у роботі з рекламою, спонсорством та розкритті партнерства.
15. Відповідальність автора за достовірність інформації та її вплив на аудиторію.
16. Захист конфіденційності, персональних даних та авторських прав.
17. Моніторинг онлайн-згадок, відгуків та настроїв аудиторії.
18. Ідентифікація репутаційних ризиків та раннє виявлення кризових ситуацій.
19. Алгоритм дій у кризових ситуаціях та розробка кризового плану.
20. Стратегії відновлення репутації після негативних інформаційних подій.
21. Прийоми залучення аудиторії та стимулювання зворотного зв'язку.
22. Робота з коментарями, відгуками та різними типами підписників.
23. Формування спільноти навколо блогу та довгострокової довіри.
24. Побудова діалогу та реагування на критику й негатив.
25. Визначення ключових метрик (охоплення, залучення, конверсії, лояльність).
26. Аналіз ефективності контенту та коригування стратегії за результатами.
27. Оцінка впливу онлайн-репутації на бізнес-показники.
28. Огляд платформ для ведення блогів
29. Інструменти для створення й оформлення контенту
30. ШІ-помічники та сервіси автоматизації публікацій і комунікації з аудиторією.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основна література:

1. Маркетинг послуг: конспект лекцій / укладачі Кутліна І.Ю., Кулік А.В. – К.: Університет «Україна», 2022. 173 с. 6. Маркетингові дослідження: конспект лекцій / укладачі Кутліна І.Ю., Завальнюк К.С. К.: Університет «Україна», 2022. 103 с.
2. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / П.В. Захарченко, А.А. Самойленко, А.В. Кулік, І.Ю. Кутліна. Київ: вид. «Центр учбової літератури», 2023. 234 с.
3. Райко Д. В. Маркетинг відносин: підручник / Суми : Триторія, 2024. 348 с.
4. Райко Д. В. Маркетинг відносин. Практикум : навчальний посібник / Суми : Триторія, 2024. 258 с.
5. Райко Д.В. Моделювання поведінки споживачів щодо прийняття рішення з формування маркетингової товарної політики, виробництва та просування товарів підприємства : підручник / Д.В. Райко. Суми : Триторія, 2023. 180 с.

Додаткова література

6. Ларіна Я.С., Антофій Н.М. Маркетинговий аудит. Навчальний посібник. Олді-Плюс. 2021, 336 с.
7. Розвиток сучасного підприємництва в умовах становлення цифрової економіки / Ступнікер Г.Л., Каширнікова І. О., Левчинський Д. Л. // Економічний простір. 2021. №175. С. 83-86.
8. Герлян Я.С., Кутліна І.Ю. Еволюція маркетингу: від продукту до цінності в умовах цифрової трансформації// Вісник Університету Україна. Серія: економіка, менеджмент, маркетинг. 2024. №12 (39). С. 34 – 34.
9. Кутліна І.Ю., Герлян Я.С. Окремі аспекти поведінки споживача в Україні під час війни// Вісник Університету «Україна» (Серія «Економіка, менеджмент, маркетинг») журнал. № 8 (35) 2023. С. 59-69.
10. Колесник Ю. Люди купують у людей. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів. – STRETOVYCH, 2024. - 328с.
11. Чуніхіна Т. С., Полозов О. Б., Турчин О. А. Штучний інтелект і аналіз споживчих трендів: перспективи використання в маркетингу//: інвестиції: практика та досвід. № 22. 2024. С. 162-168.

Електронні інформаційні ресурси

12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
13. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. Режим доступу: https://uam.in.ua/
14. Офіційний сайт Асоціації операторів зовнішньої реклами України. Режим доступу: http://www.outdoor.org.ua/

15. Сухорукова Г. Від негативного до позитивного: як правильно працювати з відгуками клієнтів. Kyivstar Business Hub. Режим доступу: https://hub.kyivstar.ua/articles/vid-negatyvnogo-do-pozytyvnogo-yak-pravylno-praczyuvaty-z-vidgukamy-kliyentiv
16. Юрченко Н.Б. Особливості реклами на ринку медичних послуг. Ефективна економіка. № 12. 2024. Режим доступу: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5365/5418
17. Юрченко Н.Б. Соціальний маркетинг в економіці охорони здоров'я Інвестиції: практика та досвід. № 16. (2025). С. 169-173. Режим доступу: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.16
18. 6 технік роботи із запереченнями клієнтів на прикладах. CRM Lab. Режим доступу: https://nethunt.ua/blog/6-tiekhnik-roboti-iz-zapieriechienniami-kliientiv-na-prikladakh/