



СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

Ступінь вищої освіти - Бакалавр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг»
Рік навчання 4, семестр 7,8
Форма навчання денна
Кількість кредитів ЄКТС 6
Мова викладання українська

Лектор курсу
Контактна інформація
лектора (e-mail)
Сторінка курсу в eLearn

Рябчик Алла Володимирівна, к.е.н., доцент
Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, корп. 10, к. 401
ariabchuk@gmail.com
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=2053>

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

(до 1000 друкованих знаків)

Метою дисципліни «Маркетингові комунікації» є вивчення та оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо застосування, використання засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій; організації, планування, здійснення управління комунікативною діяльністю підприємства з метою ефективного їх функціонування, а також ефективного продажу продукції/послуг з метою прийняття виробничих, організаційних і управлінських рішень на рівні сучасних вимог.

Завдання дисципліни «Маркетингові комунікації» полягають в отриманні студентами знань в сфері маркетингових комунікацій; вивчення основних категорій маркетингових комунікацій; набуття практичних навичок щодо формування системи маркетингових комунікацій підприємства; ознайомлення з методиками розроблення бюджету маркетингових комунікацій та рекламних кампаній, визначення ефективності рекламного звернення до цільової аудиторії та набуття практичних навичок їх використання в процесі просування товарів, пошуку резервів удосконалення системи товаропросування та ін..

Компетентності ОП:

інтегральна компетентність (ІК):

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

фахові (спеціальні) компетентності (ФК):

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 26. Готувати засновницькі документи та реєструвати підприємство з урахуванням особливостей різних організаційно-правових форм господарювання згідно з чинним законодавством.

ПРН 27. Демонструвати вміння використовувати сучасні методи управління ланцюгами постачань товарів та інформації.

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оцінювання
7 семестр				
Модуль 1				
Тема 1. Комунікації в системі маркетингу	2/4	Знати: основні поняття маркетингових комунікацій. Вміти: розробляти план маркетингових комунікацій, формувати бюджет маркетингових комунікацій. Аналізувати: фактори впливу на формування структури комплексу маркетингових комунікацій. Розуміти: вплив маркетингових комунікацій. Розрізняти: дію засобів маркетингових комунікацій. Застосовувати: методи формування бюджету	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	5

		маркетингових комунікацій. Використовувати: засоби маркетингових комунікацій.		
Тема 2. Розробка комунікаційного звернення	2/4	Знати: основні види комунікаційних звернень і вимоги до їх розробки Вміти: створювати комунікаційні звернення Аналізувати: ефективність комунікаційних звернень Розуміти: вплив різних комунікаційних звернень на ЦА Розрізняти: вплив і дію різних форматів комунікаційних звернень Застосовувати: правила і вимоги до розробки комунікаційних звернень Використовувати: методи оцінки комунікаційних звернень	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 3. Рекламування товару	2/4	Знати: основні види реклами і вимоги до розробки реклами. Вміти: розробляти план рекламної кампанії, розробляти рекламу. Аналізувати: ефективність реклами та рекламної кампанії. Розуміти: вплив різних видів реклами. Розрізняти: вплив і дію різних видів	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		реклами. Застосовувати: правила і вимоги до розробки реклами. Використовувати: методи оцінки реклами.		
Тема 4. Стимулювання продажів товару	2/4	Знати: засоби і заходи стимулювання збуту Вміти: розробляти заходи стимулювання збуту Аналізувати: ефективність засобів стимулювання збуту Розуміти: вплив різних засобів стимулювання збуту на ЦА Розрізняти: вплив і дію різних засобів стимулювання збуту Застосовувати: правила і вимоги до розробки засобів стимулювання збуту Використовувати: методи оцінки засобів стимулювання збуту	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Модуль 2				
Тема 1. Прямий маркетинг	2/4	Знати: основні поняття прямого маркетингу. Вміти: розробляти план та засоби прямого маркетингу. Аналізувати: вплив і дію засобів прямого маркетингу. Розуміти: вплив і дію видів прямого маркетингу.	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	5

		<p>Розрізняти: засоби прямого маркетингу.</p> <p>Застосовувати: правила розробки прямого маркетингу.</p> <p>Використовувати: правила і вимоги для розробки засобів прямого маркетингу.</p>		
Тема 2. Персональний продаж товарів	2/4	<p>Знати: основні поняття персонального продажу товарів.</p> <p>Вміти: здійснювати персональний продаж товарів.</p> <p>Аналізувати: психічні особливості цільової аудиторії.</p> <p>Розуміти: сприйняття і дії цільової аудиторії.</p> <p>Розрізняти: етапи здійснення персонального продажу.</p> <p>Застосовувати: правила здійснення персонального продажу.</p> <p>Використовувати: технології персонального продажу.</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Тема 3. Паблік рілейшнз	2/4	<p>Знати: основні поняття паблік рілейшнз</p> <p>Вміти: розробляти технології паблік рілейшнз</p> <p>Аналізувати: інструменти і технології паблік рілейшнз</p> <p>Розуміти: ефективність дії паблік рілейшнз</p> <p>Розрізняти: вплив і дію паблік рілейшнз на імідж,</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		на ЦА Застосовувати: правила розробки технологій паблік рілейшнз Використовувати: засоби оцінки паблік рілейшнз		
Тема 4. Реклама на місці продажу	1/2	Знати: засоби і заходи реклами на місці продажу. Вміти: створювати інструменти реклами на місці продажів. Аналізувати: ефективність засобів реклами на місці продажів. Розуміти: вплив різних засобів реклами на місці продажу. Розрізняти: вплив і дію інструментів реклами на місці продажу. Застосовувати: технології, правила і вимоги до реклами на місці продажів. Використовувати: методи оцінки реклами на місці продажів.	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Залік				30
Всього за курс				100
8 семестр				
Модуль 3				
Тема 1. Упаковка товару як засіб комунікації	2/4	Знати: основні види та функції упаковки Вміти: розробляти макети упаковки Аналізувати: складові упаковки Розуміти: вплив і дію упаковки на ЦА Розрізняти: психологічні фактори	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10

		сприйняття упаковки Застосовувати: вимоги і правила до розробки ефективної упаковки Використовувати: сучасні можливості в сфері упакування		
Тема 2. Спонсорство	2/4	Знати: основні поняття, види і технології спонсорської діяльності Вміти: розробляти спонсорські програми Аналізувати: вплив спонсорства на діяльність компанії Розуміти: вплив спонсорства на ЦА Розрізняти: дію різних видів спонсорства Застосовувати: методи формування бюджету спонсорських програм Використовувати: технології і види спонсорингу	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 3. Event-заходи	2/4	Знати: основні види Event-заходів Вміти: розробляти план проведення Event-заходів Аналізувати: ефективність Event-заходів Розуміти: вплив різних видів Event-заходів Розрізняти: можливості і дію Event-заходів Застосовувати: правила і вимоги до розробки Event-заходів Використовувати:	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	15

		Event-заходи на практиці		
Тема 4. Виставково-ярмаркова діяльність	2/4	<p>Знати: основні поняття виставково-ярмаркової діяльності</p> <p>Вміти: розробляти план участі у виставках та ярмарках</p> <p>Аналізувати: фактори впливу виставково-ярмаркової діяльності</p> <p>Розуміти: значення виставково-ярмаркової діяльності</p> <p>Розрізняти: дію та особливості виставок та ярмарків</p> <p>Застосовувати: технології виставково-ярмаркової діяльності</p> <p>Використовувати: методи оцінки ефективності від виставково-ярмаркової діяльності</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn) Розв'язок задач.	10
Тема 5. Нестандартні засоби маркетингових комунікацій	2/4	<p>Знати: види, типи, формати нестандартних засобів маркетингових комунікацій.</p> <p>Вміти: створювати нестандартні маркетингові комунікації</p> <p>Аналізувати: психологічні особливості цільової аудиторії.</p> <p>Розуміти: сприйняття і дії цільової аудиторії.</p> <p>Розрізняти: етапи здійснення нестандартних</p>	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	15

		засобів МК Застосовувати: правила до розробки нестандартних МК Використовувати: технології нестандартних маркетингових комунікацій		
Тема 6. Брендинг	2/4	Знати: основні поняття брендингу Вміти: формувати та будувати брендинг Аналізувати: технології брендингу Розуміти: етапи брендингу Розрізняти: вплив технологій брендингу Застосовувати: закони брендингу Використовувати: брендинг на практиці	Здача практичної роботи. Написання тестів. Виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).	10
Всього за 1 семестр Навчальна робота				70
Екзамен				30
Всього за курс				100

ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання підсумкового контролю відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин.
Політика щодо академічної добросовісності:	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів).
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)

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Рекомендовані джерела інформації

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. 2001. 864 с.
2. Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации: Что? Как? И почему? / Пер с англ. В.О. Шагоян. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. – 368 с.
3. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посіб. Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга, 9-е издание. 2003. 1200 с.
5. Попова Н. В. Маркетингові комунікації: підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
6. Смит П. Р. Маркетинговые коммуникации. Комплексный подход. К.: Знання-Прес. 2003. 796 с.
7. George E. Belch & Michael A. Belch. Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Higher Education. Fifth Edition. NY. 2001. 856 pp.
8. Закон України «Про рекламу» № 270/96-ВР від 03.07.1996 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
9. Маркетингові комунікації. Види та інструменти маркетингових комунікацій. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/marketingovyе-kommunikacii-vidy-i-instrumenty-marketingovyh-kommunikacij.html>
10. Маркетингові комунікації: сутність, завдання, елементи. URL: <https://posibniki.com.ua/post-marketingovi-komunikaciyi-sutnist-zavdannya-elementi>
11. Що таке маркетингові комунікації? URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/marketingovyе-kommunikacii>
12. Що таке маркетингові комунікації, як взаємодіяти з клієнтом? URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-marketingovyе-kommunikacii>
13. Маркетингові комунікації – розбираємося у змісті. URL: <https://blog.admixer.academy/ua/shcho-take-reklamni-komunikatsiyi/>
14. Маркетингові комунікації. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/instrumenti-marketingu-navishcho-potriben-markom-i-yaka-yogo-golovna-meta-ostanni-novini-50114344.html>
15. Маркетингові комунікації: шляхи контакту з клієнтом. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/marketingovi-komunikacii-shlyahi-kontaktu-z-klijentom/>
16. Сутність маркетингової політики комунікацій. URL: <http://library.if.ua/book/22/1688.html>