



Силабус навчальної дисципліни
«Основи маркетингових комунікацій»

Спеціальність	061 Журналістика
Освітня програма	Реклама і PR
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	1 курс, 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Самостійна робота – 102 год.
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра управління соціальними комунікаціями, ауд. 202 (корпус 1); (057 702-18-37 (дод. 3-86), сайт кафедри: https://www.kafusk2.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Зима Ольга Григорівна, к. е. н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	Зима О. Г.: olyazuma@ukr.net
Дні занять	Лекція: згідно діючого розкладу занять Практичні: згідно діючого розкладу занять
Консультації	На кафедрі управління соціальними комунікаціями, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів системи знань щодо категорій маркетингу, його принципів, інструментів вивчення ринку, ринкових відносин та організації маркетингової комунікації в умовах ринкової економіки та конкуренції

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререк візити	Пострек візити
Вступ до фаху з журналістики	Історія розвитку медіа та реклами і зв'язків з громадськістю
Філософія	Психологія споживання та комунікації
Масова комунікація та інформація	

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи маркетингових комунікацій

Тема 1. Соціальні основи маркетингу

Тема 2. Комплекс маркетингу

Тема 3. Система маркетингових комунікацій як елемент комплекс маркетингу



Тема 4. Встановлення ціни на товари

Тема 5. Сегментування ринку

Тема 6. Споживчі ринки та купівельна поведінка споживачів

Тема 7. Стратегічні маркетингові цілі

Змістовий модуль 2. Основні та синтетичні засоби маркетингових комунікацій

Тема 8. Реклама в системі маркетингових комунікацій

Тема 9. Особливості рекламної творчості

Тема 10. Бриф

Тема 11. Вітриністика як інструмент просування товару

Тема 12. PR-заходи та технології

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни

Мультимедійний проєктор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання сформованих компетентностей враховує види занять, які передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою, включає поточний контроль і екзамен. Поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи оцінюється сумою набраних балів. Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру – 60 та мінімально можлива кількість балів, – 35, що є допуском до екзамену. За результатом екзамену максимальна кількість балів складає – 40, мінімальна кількість балів, – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: творчі завдання за темами; презентації за темами; творчий проєкт та написання есе.

Більш детальна інформація щодо оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Політики навчальної дисципліни

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.