



Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Силабус навчальної дисципліни «Маркетингові комунікації»

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 6 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4 кредити
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 24 год.
	Практичні (семінарські) – 24 год.
	Самостійна робота – 72 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	маркетингу м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366) сайт: http://www.dom.hneu.edu.ua/
Викладач (-і)	Ус Марина Ігорівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	Ус М.І. maryna.us@hneu.net, marinaus_@ukr.net
Дні занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу</u> Практичні заняття: <u>згідно діючого розкладу</u>
Консультації	На кафедрі маркетингу, очні відповідно до графіку консультацій; індивідуальні; дистанційні через чат ПНС

Навчальні цілі та навички:

формування теоретичних знань і оволодіння практичними навичками щодо планування, використання та оцінювання ефективності засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій; організації, прогнозування, здійснення управління комунікативною діяльністю суб'єктів господарювання з метою результативного їх функціонування, а також ефективного просування продукції/послуг на рівні сучасних вимог

Структурно-логічна схема вивчення навчальної дисципліни

Пререквізити	Постреквізити
Маркетинг	Маркетинг промислового підприємства
Поведінка споживача	Курсова робота: маркетинг промислового підприємства
Маркетингові дослідження	Комплексний тренінг
	Дипломна робота

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1 *Основи маркетингових комунікацій та їх інструментів*

Тема 1. Комунікації в системі маркетингу та процес планування маркетингових комунікацій

Тема 2. Рекламні комунікації

Тема 3. Стимулювання збуту



- Тема 4. Паблік рілейшнз (PR) в системі маркетингових комунікацій**
Тема 5. Прямий маркетинг та персональний продаж в системі маркетингових комунікацій
Змістовий модуль 2 Особливості елементів системи маркетингової політики комунікацій
Тема 6. Упакування як засіб маркетингових комунікацій
Тема 7. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій
Тема 8. Диджитал комунікації у цифровому суспільстві
Тема 9. Організація та інтеграція елементів маркетингових комунікацій

Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM

Система оцінювання результатів навчання

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та лабораторних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Максимальна сума за семестр – 100 балів; мінімальна необхідна сума - 60 балів.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами, творчі завдання, презентації, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму.

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

Політика 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