



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Сучасний інструментарій маркетингових комунікацій»**

<b>Спеціальність</b>	075 «Маркетинг»
<b>Освітня програма</b>	«Маркетинг»
<b>Освітній рівень</b>	Третій (освітньо-науковий)
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	1А курс, 2 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Самостійна робота – 110 год.
<b>Форма підсумкового контролю</b>	Залік
<b>Кафедра</b>	Маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (366), <a href="http://www.eim.hneu.edu.ua">http://www.eim.hneu.edu.ua</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Ус Марина Ігорівна, к.е.н., доцент кафедри маркетингу
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	marinaus_@ukr.net, Maryna.Us@hneu.net
<b>Дні занять</b>	за поточним розкладом
<b>Консультації</b>	очні / дистанційні відповідно до графіку та за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні / групові відповідно поточного розкладу
<b>Мета</b> навчальної дисципліни: формування теоретичних знань і практичних навичок щодо розробки і реалізації комплексу маркетингових комунікацій та контролю їх ефективності в умовах високої конкуренції сучасного бізнес-середовища	
<b>Передумови для навчання</b>	
<i>Перелік попередньо прослуханих дисциплін: маркетинг, соціологія, маркетингові комунікації, маркетингові дослідження, статистика, сучасні інформаційні технології в наукових і маркетингових дослідженнях, Інтернет-маркетинг, рекламний менеджмент.</i>	
<i>Знати: сутність основних економічних процесів, категоріальний апарат і структуру комплексу маркетингу, традиційні засоби маркетингових комунікацій, показники оцінки ефективності комунікаційних заходів.</i>	
<i>Вміти: аналізувати стан кон'юнктури ринку, планувати рекламні та спеціальні події в сфері маркетингової діяльності, класифікувати релевантні чинники впливу на явища бізнес-середовища, приймати обґрунтовані рішення, генерувати нові ідеї.</i>	
<i>Володіти навичками: аналізу та визначення причино-наслідкових зв'язків між явищами, обґрунтування своєї позиції та ухвалення рішень в сфері маркетингу, проведенні самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</i>	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1</b> Сутність та структура системи маркетингових комунікацій	
<b>Тема 1.</b> Методологічні основи маркетингових комунікацій	
<b>Тема 2.</b> Стратегії та формування комплексу маркетингових комунікацій	
<b>Тема 3.</b> Канали поширення комунікаційних звернень	
<b>Змістовий модуль 2</b> Специфіка сучасного інструментарію маркетингових комунікацій	
<b>Тема 4.</b> Класифікація ефектів та законів маркетингового комунікаційного інструментарію	
<b>Тема 5.</b> Особливості маркетингові комунікації в середовищі Інтернет	
<b>Тема 6.</b> Етичні та правові регулятори комунікаційної діяльності	



**Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

*Доступ до мережі Інтернет*

**Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)**

*Містить робочу програму навчальної дисципліни, робочий план (технологічна карта), презентації лекцій, завдання для практичних занять та методичні рекомендації до їх виконання, завдання для самостійної роботи за темами, додаткові матеріали тощо  
<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7592>*

**Рекомендовані джерела**

**Основна**

1. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс / Е.П. Голубков. – М.: Юрайт, 2014. – 473 с.
2. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник ; МОН України/ І.В. Король. – Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. Г. Катарджая, І. Сетьяван; під редакцією В. Олександрова. – Київ : КМ-БУКС, 2019. – 224 с.
4. Сучасний маркетинг: аналіз і перспективи розвитку : наукове видання / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. ; за заг. ред. П. А. Орлова. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 212 с.

**Додаткова**

5. Карпенко Н.В. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Н.В. Карпенко, Н.І. Яловега / ВНЗ Укрспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі.". – Полтава : ПУЕТ, 2012 – 278 с.
6. Абабкова М.Ю. Кодексы этики маркетинга и рекламы: учеб. пособие / Абабкова М.Ю., Леонтьева В.Л. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 191 с.
7. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден. – перев. с англ. І. Антипова, 4-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 304 с.
8. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб.: Питер, 2011. – 256 с.
9. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы /К. Мозер. – Пер. с нем. – Х.: Издво Гуманитарный Центр, 2004. – 380 с.
10. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика: монографія / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примак – К.: КНЕУ, 2005. – 408 с.
11. Прохорова Т.П., Гронь А.В. Маркетинговая политика коммуникаций. - Харьков: Издательский дом ИНЖЕК, 2005.- 224 с.
12. Окландер М. А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки : монографія / М. А. Окландер, І. Л. Литовченко, М. І. Ботушан. – К. : Знання, 2011. – 232 с.
13. Цифровой маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. – Одеса: Астропринт, 2017. – 292 с.
14. Consumer / Edited by Sefer Darıcı. – Sciendo, 2021. – 127 p.

**Інформаційні ресурси**

15. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складова комерційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / М. І. Ус // Економіка і суспільство. – 2018. – № 15. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua>.
16. Маркетингові комунікації: 28 інструментів міленіуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrbooks.org/book6262.html>
17. Официальный сайт Международной ассоциации маркетинговых инициатив [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mami.org.ua/>
18. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. - Режим



доступа: <http://uam.in.ua>

19. Сучасні моделі маркетингових комунікацій [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?operation=1&iid=194>

20. Сучасний інструментарій маркетингових комунікацій: [Електроний ресурс] // ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=7592>

### **Система оцінювання результатів навчання**

*Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів освіти враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.*

*Оцінювання протягом семестру проводиться у формі оцінювання виконання завдань на лекційних заняттях; практичних заняттях за темами; оцінювання виконання домашніх творчих завдань, результати останнього творчого завдання супроводжується підготовленою мультимедійною презентацією, написанням контрольних робіт, складання комплексного модульного контролю у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконанні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.*

*Оцінка студента формується таким чином:*

*оцінювання відвіданості та активної роботи на лекційних заняттях – максимум 10 балів (1 бал за кожне лекційне заняття);*

*оцінювання виконання завдань на практичних заняттях (10 завдань) – максимум 20 балів (при позитивному оцінюванні з кожного практичного завдання від 1 до 2 балів);*

*оцінювання виконання 2 домашніх завдань за результатами вивчення тем максимум 14 балів (7 балів за кожне завдання). Оцінка роботи здійснюється у процесі відкритої співбесіди та через ПНС. Якщо робота захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;*

*оцінювання творчого домашнього завдання зі створення контенту різних видів – максимум 20 балів. Оцінка роботи здійснюється у процесі відкритої співбесіди. Якщо робота виконана не в повному обсязі або захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;*

*представлення результатів та рекомендацій зі створення контенту у формі мультимедійної презентації – максимум 14 балів;*

*написання 1 письмової контрольних робіт – максимум 8 балів.*

*складання комплексного модульного контролю – 14 балів: - теоретичне завдання – до 3 балів, діагностичне розрахункове завдання – до 5 балів, ситуаційне завдання – до 6 балів. Здобувач не допускається до заліку, якщо не виконав домашнє творче завдання та за підсумковим модульним письмовим оцінюванням отримав незадовільну оцінку. В особливих ситуаціях робота протягом семестру може бути виконана дистанційно: (за допомогою платформи Moodle).*

*Підсумковий контроль проводиться у формі заліку, який передбачає виставлення оцінки як загальної суми балів, набраних за результатами поточного контролю.*

*Здобувача слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 60 балів*

*Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.*

*Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті дисципліни.*



<b>Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни</b>			
<b>Види навчальної роботи</b>		<b>Мах кількість балів</b>	
Лекційні заняття		10	
Практичні заняття (завдання за 6 темами)		20	
Домашнє завдання (2 завдання)		14	
Творче завдання		20	
Презентація		14	
Письмова контрольна робота – 1 (за теоретичними питаннями, практичними завданнями та ситуаційними вправами)		8	
Колоквіум		14	
<b>Максимальна кількість балів</b>		<b>100</b>	
<b>Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця</b>			
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену (іспиту), диференційованого заліку, курсового проекту (роботи), практики, тренінгу	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		
<b>Політики навчальної дисципліни</b>			
<b>Політика дотримання академічної доброчесності</b>			
<p>Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 25%. Списування під час контрольних (модульних) робіт заборонено (в тому числі із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для отримання вторинної маркетингової інформації.</p> <p>Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, самоплагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, модуль тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.</p>			
<b>Політика щодо пропусків занять</b>			
<p>Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування чи семестрове навчання за кордоном), навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із деканатом та лектором навчальної дисципліни</p>			
<b>Політика щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну</b>			
<p>Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (- 50% від відповідної кількості балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (зокрема, лікарняного)</p>			
<p><b>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни <a href="https://pns.hneu.edu.ua/course/index.php?categoryid=982">https://pns.hneu.edu.ua/course/index.php?categoryid=982</a></b></p>			