



Силабус навчальної дисципліни
«Управління комплексом маркетингових комунікацій»

Спеціальність	<i>Всі спеціальності</i>
Освітня програма	<i>Всі програми</i>
Освітній рівень	<i>Другий (магістерський)</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Мова викладання	<i>Українська / Англійська</i>
Курс / семестр	<i>1 курс, 1 семестр</i>
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	<i>Лекції – 20 год. Практичні – 20 год. Самостійна робота – 110 год.</i>
Форма підсумкового контролю	<i>Залік</i>
Кафедра	<i>Кафедра Туризму, м. Харків, пр. Науки 9а, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Перший корпус, ауд. 316. Тел. +38 (057) 758-77-26, (дод. 4-51). E-mail: kaftour@hneu.edu.ua http://www.hneu.edu.ua/Department_of_tourism</i>
Викладач (-і)	<i>Алдошина Марія Володимирівна, доцент кафедри туризму, кандидат економічних наук</i>
Контактна інформація викладача	<i>Marialdo.88@gmail.com</i>
Дні занять	<i>Згідно діючого розкладу занять</i>
Консультації	<i>Відповідно до графіку</i>
<p>Метою викладання навчальної дисципліни «Управління комплексом маркетингових комунікацій» є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування та ефективного поєднання різних інструментів маркетингових комунікацій в єдину послідовну програму інтегрованих маркетингових комунікацій.</p>	
<p>Передумови для навчання <i>Економіка підприємства, Маркетинг, Рекламна діяльність, Основи психології / Знання основ економічної діяльності підприємств, навички маркетингової діяльності</i></p>	
<p>Зміст навчальної дисципліни</p> <p>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи комплексу маркетингових комунікацій</p> <p>Тема 1. Сутність маркетингових комунікацій Тема 2. Структура комплексу маркетингових комунікацій Тема 3. Ринок маркетингових комунікацій в Україні Тема 4. Концепція управління комплексом маркетингових комунікацій в діяльності підприємства Тема 5. Імідж і брендинг</p> <p>Змістовий модуль 2. Основні складові елементи комплексу маркетингових комунікацій</p> <p>Тема 6. Персональні комунікації в комплексі маркетингових комунікацій Тема 7. Стимулювання збуту в комплексі маркетингових комунікацій Тема 8. Суспільні зв'язки, пропаганда та PR Тема 9. Сучасна реклама Тема 10. Інтернет-маркетинг</p>	



Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни
(за необхідності)

Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)	<i>РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань.</i> https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970
---	---

Рекомендовані джерела

Основна:

1. Білоусова О. М. Менеджмент туристичної галузі : підручник / О.М. Білоусов, О.Є. Лугінін, О.С. Морозова, Л.В. Соколова. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – 580 с.
2. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Ученик для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 1063.
3. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. – К.:КНЕУ, 2004 – 248 с.
4. Маркетинг у туризмі: навчальний посібник / І. Г. Смирнов. Київ: Вид-во Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка, 2016. 251 с.
5. Менеджмент і маркетинг туризму: Навч. посібник / Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б.П., Панченко Ю.В., Федотова Н.В.; за ред. О.Є.Лугініна. К.: Видавництво Ліра-К, 2016. 364 с.
6. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.
7. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. – К.: КНЕУ, 2005. – 597с.

Додаткова:

1. Алдошина М.В., Брусільцева Г.М. Крос-культурні комунікації в галузі туризму в умовах глобалізації // Бизнес Информ. – 2014. – №3 – С. 197–202.
2. Алдошина М.В., Брусільцева Г.М. Обґрунтування ролі мотиваційного менеджменту в системі управління персоналом підприємств туристичної галузі // Інвестиції: практика та досвід. – №22. – 2015. – С. 91–95.
3. Алдошина М.В. Програми лояльності в маркетинговій діяльності туристичних підприємств // Інфраструктура ринку. – 2018. - №16. – С. 52-57.
4. Алдошина М.В. Relationship marketing in tourism / М.В. Алдошина, О.О. Стрижак // Інфраструктура ринку. - 2020. - № 43. – С. 108-113.
5. Сущенко О.А. Територіальний брендинг як інструмент розвитку туристично-рекреаційного комплексу / О.А. Сущенко, К.В. Касенкова // Економічні інновації. – 2019. – Т. 21. Вип. 2 (71). – С. 139-149.
6. Наумік-Гладка К. Г. Нормативне забезпечення маркетингових комунікацій в сфері туризму // Бизнес Информ. – 2017. – № 1. – С. 337–342
7. Kozubova N., Sushchenko, O., Prokopishina O. Eco-Friendly Behavior of Local Population, Tourists and Companies as a Factor of Sustainable Tourism Development // International Journal of Engineering and Technology. – 2018. - Vol 7. - № 4.3. Special Issue 3. – pp. 514-518
8. Naumik-Gladka K. Socio-economic aspects of communication activity in information economy : Монографія. - Харків, Вид. ХНЕУ ім.С.Кузнеця, 2016. – 215 с
9. Sushchenko O. Management technologies of ensuring environmental protection as the territory development strategic priority / O. Sushchenko, I. Trunina, O. Klok, O. Loseva // SHS Web Conf. Volume 61, 01026 (2019). – 11 p.

Система оцінювання результатів навчання

Система оцінювання включає поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних та практичних занять з цієї дисципліни й оцінюється сумою набраних балів; підсумковий модульний контроль, що проводиться у



формі письмової контрольної роботи, відповідно до графіку навчального процесу (максимальна кількість – 100 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 60 балів).

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Лекції	10
Практичні заняття	10
Завдання за темами	10
Доповіді	10
Групова робота	10
Опитування	10
Презентації	20
Письмові контрольні роботи	20
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та ХНЕУ ім. С. Кузнеця

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		

Політики навчальної дисципліни

Під час вивчення даної дисципліни обов'язковим є дотримання політики дотримання академічної доброчесності, політики щодо пропусків занять та політики щодо виконання завдань пізніше встановленого терміну.

Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни (<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970>).