



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингові комунікації»

Спеціальність	<i>Всі спеціальності</i>
Освітня програма	<i>Всі програми</i>
Освітній рівень	<i>Другий (магітерський)</i>
Статус дисципліни	<i>Вибіркова</i>
Мова викладання	<i>Українська</i>
Курс / семестр	<i>1 курс, 2 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://tourism.hneu.edu.ua</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 «Маркетингові комунікації» є набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок щодо застосування та ефективного поєднання різних інструментів просування 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)

РНПД, Технологічна карта, лекції, завдання для практичних занять, інформаційні матеріали, завдання для перевірки знань.
<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970>

Рекомендовані джерела

Основна:

1. Алдошина М.В. Опорний конспект «Маркетингові комунікації». Електронний ресурс: веб-сайт. Режим доступу: : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970>
2. Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Н. В. Карпенко, Н. І. Яловега. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 278 с.
3. Наумік-Гладка К. Г. Нормативне забезпечення маркетингових комунікацій в сфері туризму // Бізнес Інформ. – 2017. – № 1. – С. 337–342.
4. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник. — К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. — 280 с. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://knutd.com.ua/publications/pdf/Visnyk/2013-5/379_388.pdf <http://www.info-library.com.ua/books-text-5541.html>
5. Сущенко О. А. Маркетингові комунікації в туристичній діяльності [Електронний ресурс] : навчальний посібник / О. А. Сущенко, К. Г. Наумік-Гладка, М. В. Алдошина. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 218 с.

Додаткова:

6. Алдошина М.В. Програми лояльності в маркетинговій діяльності туристичних підприємств // Інфраструктура ринку. – 2018. - №16. – С. 52-57.
7. Алдошина М.В. Relationship marketing in tourism / М.В. Алдошина, О.О. Стрижак // Інфраструктура ринку. - 2020. - № 43. – С. 108-113.
8. Павленко А.Ф. Маркетинговые коммуникации: современная теория и практика : монография / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, Т.О. Примак. – К. : ХНЕУ, 2005. – 408 с.
9. Райко Д.В. Інформаційна взаємодія підприємства в процесі маркетингової діяльності / Д.В. Райко // Інновації і маркетинг – рушійні сили економічного розвитку : монографія / за ред. проф. С.М. Ілляшенко. – Суми : Торговий дім «Папірус», 2012. – С. 393-401.
10. Сміт П. Р. Маркетингові комунікації: комплексний підхід / П.Р. Сміт. – К. :Знання-Прес, 2003. – 796 с
11. Naumik-Gladka K. Socio-economic aspects of communication activity in information economy : Монографія. - Харків, Вид. ХНЕУ ім.С.Кузнеця, 2016. – 215 с.

Інформаційні ресурси:

12. Всеукраїнська рекламна коаліція (ВРК). – Режим доступу: <https://vrk.org.ua/>
13. Українська асоціація маркетингу – Режим доступу: <http://uam.in.ua/>
14. Сторінка курсу «Маркетингові комунікації» на платформі Moodle (персональна навчальна система) : веб-сайт. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970>. Режим доступу: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=6970>.

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			
<i>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.</i>			
<i>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).</i>			

Силабус затверджено на засіданні кафедри 3.11.2021 р. Протокол № 4