



**Силабус навчальної дисципліни  
«Маркетингові комунікації»**

<b>Спеціальність</b>	075 «Маркетинг»
<b>Освітня програма</b>	Маркетинг
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
<b>Статус дисципліни</b>	Обов'язкова
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Курс / семестр</b>	3 курс, 6 семестр
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	4 кредита
<b>Розподіл за видами занять та годинами навчання</b>	Лекції – 24 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Самостійна робота – 72 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.dom.hneu.edu.ua/">http://www.dom.hneu.edu.ua/</a>
<b>Викладач (-і)</b>	Ус Марина Ігорівна, к.е.н., доцент
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	marinaus_@ukr.net
<b>Дні занять</b>	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу</a> Практичні заняття: <a href="#">згідно діючого розкладу</a>
<b>Консультації</b>	На кафедрі маркетингу, очні відповідно до графіку консультацій; індивідуальні; дистанційні через чат ПНС та чат telegram
<b>Мета</b> навчальної дисципліни: 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	
<b>Передумови для навчання</b>	
Перелік попередньо прослуханих дисциплін: макроекономіка та мікроекономіка, економіка підприємства, статистика, маркетинг, менеджмент, поведінка споживача, міжнародний маркетинг, маркетинг послуг	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1</b> Основи маркетингових комунікацій та їх інструментів	
<b>Тема 1.</b> Комунікації в системі маркетингу	
<b>Тема 2.</b> Стратегії та планування маркетингових комунікацій	
<b>Тема 3.</b> Рекламні комунікації	
<b>Тема 4.</b> Стимулювання збуту	
<b>Тема 5.</b> Організація PR-діяльності	
<b>Тема 6.</b> Реклама на місці продажу	
<b>Тема 7.</b> Прямий маркетинг	
<b>Змістовий модуль 2</b> Організація маркетингових комунікацій	
<b>Тема 8.</b> Організація виставок і ярмарків	



**Тема 9. Персональний продаж в системі маркетингових комунікацій**

**Тема 10. Упаковка як засіб комунікації**

**Тема 11. Інструменти маркетингових комунікацій у середовищі Інтернет**

**Тема 12. Брендинг та спонсорство**

**Тема 13. Інтегровані маркетингові комунікації**

**Тема 14. Організація та оцінювання маркетингових комунікацій**

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

ноутбук, мультимедійний проектор, доступ до мережі Інтернет

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

<https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=9609>

**Система оцінювання результатів навчання**

Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів освіти враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, практичні та лабораторні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою. 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 та підсумковий контроль впродовж семестру – 100 та мінімально можлива кількість балів, – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: домашні завдання за темами, творчі завдання, мультимедійна презентація, поточна контрольна робота, комплексний модульний контроль у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконанні завдання, схожі між собою, будуть відхилені.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в технологічній карті 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 <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26354>**