



Силабус навчальної дисципліни
«Маркетингові комунікації»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	ОПП «Маркетинг»
Освітній рівень	Першій (бакалаврський)
Статус дисципліни	обов'язкова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	4 курс, 8 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 30 год.
	Практичні – 30 год.
	Самостійна робота – 90 год. в тому числі індивідуальне завдання – 30 год
Форма підсумкового контролю	Екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108*А, https://nipp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnistva-ta-marketingu.html
Викладачі	Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладачів	fem.dobryanska@nipp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108*А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування теоретичної бази та навичок використання методів та прийомів практичного вирішення проблем створення комунікацій фірми зі споживачами та контактними аудиторіями, створення свого власного ділового імені, розроблення комунікаційної політики для залучення партнерів та інвесторів.	
Програмні результати навчання	
P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.	
P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.	
P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.	
P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.	
P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.	
P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.	
P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.	
P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.	
P19. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини між органами місцевого самоврядування, бізнесом та громадою.	



Передумови для навчання

Попередньо опановані дисципліни: бізнес-планування, соціальний маркетинг, маркетингові дослідження.

Індивідуальне завдання

Курсова робота

Зміст навчальної дисципліни

Тема 1. Комунікаційна політика в системі маркетингу. **Тема 2.** Класифікація та характеристики елементів системи маркетингових комунікацій. **Тема 3.** Програма розробки ефективних маркетингових комунікацій. **Тема 4.** Психологічні та естетичні основи комунікацій. **Тема 5.** Пряма реклама, дірект-маркетинг та реклама на місці продажу. **Тема 6.** Стимулювання збуту. **Тема 7.** Персональний продаж. **Тема 8.** Роль ярмарків і виставок у комунікаційній політиці. **Тема 9.** Популяризація товарних марок, психологія бренда. **Тема 10.** Комунікаційна політика у публічному управлінні.

Сторінка курсу на платформі Moodle

<https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=2540>

Рекомендовані джерела

1. Добрянська В.В. Навчальний посібник із дисципліни «Маркетингові комунікації» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Полтава: Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2021. 114 с.
2. Братко О. С. Маркетингова політика комунікацій [Текст]: навч. посібник. Тернополь: Карт-бланш, 2006. 275с.
3. Король І.В. Маркетингові комунікації : навч.-метод. посібник. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
4. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст]: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2004. 380 с.
5. Пахуча Е.В. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101 с.
6. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник. К.: Київ: ННІЖ Київ. нац. унів-т імені Тараса Шевченка. Студцентр, 2022. 354 с.
7. Ромат Є.В., Гаврилечко Ю. В. Маркетинг у публічному управлінні: Монографія. К.: КНТЕУ, 2018. с. 276.
8. Ромат Є. В. Маркетингові комунікації у сучасному мінливому середовищі: монографія / [Ромат Є.В., J. W. Wiktor, K. Sanak-Kosmowska, Багорка М. О. та ін.]; за заг. ред. В. Ф. Іванова та Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. 216 с.
9. Eagle, L., Czarnecka, B., Dahl, S., & Lloyd, J. (2020). Marketing Communications (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003089292>
10. Impressive Advertising - Abellan Miquel: AbeBooks.com, 2019. 144 p.
11. Richard Avedon Avedon Advertising. – York, United States: Abrams New, 2019. 336 p

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичних заняттях	50
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100



Розподіл балів за курсову роботу			
Пояснювальна записка	Ілюстративна частина	Захист роботи	Сума
до 50	Відсутня – 0 балів	до 50	100
Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»			
Сума балів за всі види навчальної діяльності		Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100		A	відмінно
82 - 89		B	добре
74 - 81		C	
64 - 73		D	
60 - 63		E	задовільно
35 - 59		FX	
1 - 34		F	незадовільно
Політика навчальної дисципліни			
<p>Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.</p> <p>Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.</p> <p>Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.</p>			
Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=2540).			

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13