

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Факультет економіки та бізнесу
Кафедра маркетингу

СИЛАБУС

з навчальної дисципліни
«МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

<http://op.tsatu.edu.ua/course/view.php?id=2217>

Викладач	к.е.н., доц. Арестенко Тетяна Вікторівна http://feb.tsatu.edu.ua/teacher/arestenko-tetyana-viktorivna/
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150

Загальний опис навчальної дисципліни

Анотація курсу. Курс включає дослідження і оцінювання маркетингової комунікаційної діяльності, основних елементів маркетингових комунікацій у їх взаємозв'язку, що значно розширює можливості просування продукції, а також організаційно-управлінські та технологічні питання сучасної практики маркетингових комунікацій, що дозволяє приймати стратегічні комунікаційні рішення.

Метою вивчення дисципліни є набуття у здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра загальних та фахових компетентностей щодо застосування, використання засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій; організації, планування, здійснення управління комунікативною діяльністю підприємства з метою ефективного їх функціонування, а також ефективного продажу продукції/послуг на ринку.

Завдання дисципліни полягає у формуванні системи теоретико-методологічних знань з основ маркетингових комунікацій, набуття практичних навичок щодо формування системи маркетингових комунікацій підприємства, ознайомлення з методиками розроблення бюджету маркетингових комунікацій та рекламних кампаній, визначення ефективності рекламного звернення до цільової аудиторії та набуття практичних навичок їх використання в процесі просування товарів, пошуку резервів удосконалення системи товаропросування.

Орієнтовний перелік тем лекцій

1. Комунікації в системі маркетингу.
2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій.
3. Рекламування товару.
4. Стимулювання збуту.
5. Організація роботи з громадськістю.
6. Прямий маркетинг.
7. Персональний продаж товарів.

8. Організація виставок і ярмарків
9. Спонсорвання.
10. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.

Орієнтовний перелік тем практичних занять

1. Комунікації в системі маркетингу. Позиціонування рекламованого товару
2. Формування пріоритетних цінностей компанії
3. Формування оптимального вибору рекламних закликів
4. Формування заходів щодо стимулювання збуту для конкретних товарів або послуг
5. Упаковка
6. Порівняльна оцінка ефективності використання прямого маркетингу та друкованої реклами
7. Вибір оптимальних друкованих засобів масової інформації на підставі аналізу цільової аудиторії
8. Проведення виставки-продажу товару
9. Аналіз товарних знаків, фирмового стилю, брендингу
10. Аналіз ефективності реклами

Політика курсу

✓ Відвідування занять є важливою складовою навчання. За пропуски занять без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані.

✓ Дозволяється вільне відвідування лекцій здобувачам за індивідуальним графіком навчання.

✓ Якщо здобувач вищої освіти відсутній з поважної причини, він/вона презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.

✓ Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.

✓ Під час виконання письмових тестових завдань не допустимо порушення академічної доброчесності. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

✓ Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників навчального процесу, дотримуватися дисципліни, дбайливо ставитись до обладнання та книжкового фонду ТДАТУ, виконувати графік навчального процесу.

✓ Через об'єктивні причини (наприклад, карантин, хвороба, участь у конференції, науковому проєкті, міжнародному стажуванні) навчання може відбуватись в on-line формі на Освітньому порталі ТДАТУ з використанням системи Moodle або за посередництва інших інформаційно-комунікаційних платформ чи технологій за погодженням із викладачем курсу.

Перелік рекомендованої літератури

1. Король І.В. Маркетингові комунікації: Навч.-метод. посібник. – Умань: Візаві, 2018. – 191 с.

2. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К.: КНЕУ, 2003. — 524 с.
3. Майборода О.О. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2007. -256 с.
4. Методичний посібник із дисципліни «Маркетингові комунікації» [Електронний ресурс] / уклад. О. І. Міщук. - Електрон. текстові дані. - Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2016. - 1 файл ; 37 с.
5. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник. — К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. — 280 с.
6. Зоріна О.І. Вплив маркетингових комунікацій на діяльність підприємств в сучасних умовах / О.І. Зоріна О.І., В.Ю. Фадєєнко // Глобальні та національні проблеми економіки МНУ імені В.О. Сухомлинського Миколаївський. - Випуск 21, 2018. С. 284 – 287.