



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Ступінь вищої освіти:		бакалавр
Спеціальність:		076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Освітньо-професійна програма:		Підприємництво у сфері виробництва, торгівлі та послуг
Викладач:	Памбук С.А., к.т.н., старший викладач кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі Донец Л.Я., кандидат технічних наук, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі	
Кафедра:	Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-80	
<u>Профайл викладача</u>	Контакт: e-mail: pambuk@ukr.net, 048-712-41-03	
<u>Профайл викладача</u>	Контакт: e-mail: lesia.donets1981@gmail.com, 048-712-41-03	

1. Загальна інформація

Тип дисципліни - вибіркова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної форми навчання на четвертому курсі у першому семестрі та для студентів заочної форми навчання на п'ятому курсі у першому семестрі.

Кількість кредитів - 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	60	30		30
заочна	20	10		10
Самостійна робота, годин	Денна - 60		Заочна - 100	

[Розклад занять](#)

2. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетингові комунікації» є важливою складовою програми підготовки фахівців з підприємництва і торгівлі, оскільки правильне просування товарів є запорукою успіху підприємства. Актуальність вивчення даного курсу зумовлено необхідністю впровадження концепції маркетингових комунікацій в практику розв'язання виробничо-економічних завдань вітчизняних підприємств. Вивчення дисципліни надає студентам комплекс знань щодо основних категорій маркетингових комунікацій, закономірностей комунікаційних процесів, специфіки елементів комплексу просування, та формує ряд практичних навичок використання маркетингових комунікацій в процесі товаропросування. На практичних заняттях студенти отримають практичні навички щодо 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 тощо. Вивчення дисципліни «Маркетингові комунікації» допоможе студентам сформувати цілісну систему компетентностей щодо формування системи маркетингових комунікацій підприємства.

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладення дисципліни «Маркетингові комунікації» є оволодіння знаннями ефективного продажу продукції та послуг з метою прийняття ефективних виробничих, організаційних і наукових рішень на рівні сучасних вимог.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: місце комунікаційних зав'язків у системі маркетингу; зміст маркетингової комунікації, системи маркетингових комунікацій, комунікаційної політики; особливості засобів впливу в комплексі комунікацій; зміст процесу комунікації; модель процесу передачі інформації при здійсненні комунікації; фактори, що визначають структуру комплексу стимулювання просування товару; сутність і роль реклами у системі маркетингової комунікації; види реклами та функції, які вони виконують; особливості планування рекламної діяльності; характерні особливості кожного етапу планування реклами; зміст і методи організації «Паблік Рилейшнз»(PR); послідовність планування процесу комунікації; особливості каналів особистої та неособистої комунікації; загальні та відмінні риси різноманітних засобів комунікації; сфери використання реклами; вимоги до бюджету щодо проведення рекламної кампанії; особливості ЗМІ; значення упаковки в системі комунікацій; загальні ознаки засобів масової комунікації; загальні критерії формування комплексу маркетингової комунікації; особливості різноманітних каналів розповсюдження інформації; сутність інтегрованих маркетингових комунікацій; сутність спонсорювання та меценатства; особливості психологічного впливу реклами на людину.

вміти: використовувати функції реклами для впливу на потенційних покупців, розробити ідею рекламного звернення; вибрати канал розповсюдження рекламного звернення; оцінити середовище, використовувати різноманітні засоби переконання цільової аудиторії в необхідності купівлі; організувати і провести опитування; розробити структуру комплексу засобів стимулювання; розробити бюджет здійснення рекламної кампанії; розробити бюджет на здійснення PR; ефективно розподілити кошти за різними засобами маркетингових комунікацій; використовувати особливості здійснення прямого маркетингу; організувати ефективні маркетингові комунікації.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

5. Зміст навчальної дисципліни

6. Система оцінювання та інформаційні ресурси

Види контролю: поточний, підсумковий – письмовий іспит.

Нарахування балів

Інформаційні ресурси

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

ПІДПИСАНО
підпис

Світлана ПАМБУК

Викладач

ПІДПИСАНО
підпис

Леся ДОНЕЦЬ

Завідувач кафедри

ПІДПИСАНО
підпис

Володимир ЛАГОДІЄНКО