

## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1. Код: ЦПП 2.20

2. Назва: *Маркетингові комунікації*

3. Тип: *обов'язковий*

4. Рівень вищої освіти: *I (бакалаврський)*

5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна: *2*

6. Семестр, коли вивчається дисципліна: *4*

7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС: *4,0*

8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада: *д.е.н., професор М.В.Мальчик, ст. викладач О.П. Коротун*

9. Результати навчання:

- *аналізувати конкурентів і конкуренцію в галузі просування продукту та формування іміджу підприємства;*
- *аналізувати та розробляти процеси комунікацій в сучасних умовах;*
- *розробляти та тестувати рекламне звернення;*
- *планувати і аналізувати комунікативну політику;*
- *здійснювати вибір комунікаційних ресурсів підприємства;*
- *розраховувати показники комунікаційної програми підприємства;*
- *оцінювати ефективність роботи маркетингового підрозділу підприємства.*

10. **Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи.*

11. • **Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** *«Економіко-математичні методи і моделі», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Рекламна діяльність»*

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною:** *«Інституційна економіка та управління», «Маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства».*

12. **Зміст курсу:** *Комунікації в системі маркетингу. Стратегії та планування маркетингових комунікацій. Рекламування товару. Стимулювання продажу товарів. Організація роботи з громадськістю. Реклама на місці продажу. Прямий маркетинг. Організація виставок та ярмарків. Персональний продаж. Упаковка як засіб комунікації. Інтегровані маркетингові комунікації. Спонсорвання. Брендинг. Організація маркетингових комунікацій. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій.*

13. **Рекомендовані навчальні видання:**

1. Дубовик Т.В. Інтернет-маркетингові комунікації : монографія / Т.В. Дубовик. – К. : КНТЕУ, 2014. – 331 с.
2. Майовець Є.Й. Маркетингові комунікації : навч. посіб. / Є. Й. Майовець, О. В. Кузик ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Л. : ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – 191 с.
3. Маркетингові комунікації : навч. посіб. для студентів / [П.В. Захарченко та ін.]. – К. : КНУБА, 2016. – 151 с.
4. Павленко А.Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія та практика / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, Т.О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 408 с.
5. Ромат Е.В. Реклама в системі маркетинга / Е.В. Ромат. – К. : Студцентр, 2008. – 608 с.

14. **Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

*26 год. лекцій, 24 год. практичних робіт, 72 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.*

*Методи: елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.*

15. **Форми та критерії оцінювання:**

*Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.*

*Підсумковий контроль (40 балів): **екзамен** тестовий, в кінці 3 –го семестру.*

*Поточний контроль (60 балів): **тестування, опитування.***

16. **Мова викладання:** *українська.*

Завідувач кафедри:

д.е.н., професор М.В.Мальчик

## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. Code: ІІІІІ 2.20

2. Title: *Marketing communications*

3. Type: *compulsory*;

4. Higher education level: *the first (Bachelor's degree)*

5. Year of study, when the discipline is offered: 2

6. Semester when the discipline is studied: 4

7. Number of established ECTS credits: 4,0;

8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position: *Doctor of Economic Sciences, professor M.V. Malchyk, Senior Lecturer O.P. Korotun.*

9. Results of studies:

- *to analyse competitors and competition in industry of advancement of product and forming of image of enterprise;*
- *to analyse and develop the processes of communications in modern terms;*
- *to develop and test an advertisement appeal;*
- *to plan and analyse communicative politics;*
- *to carry out the choice of communication resources of enterprise;*
- *to expect the indexes of the of communication program of enterprise;*
- *to estimate efficiency of work of marketing subdivision of enterprise.*

10. Forms of organizing classes: *training classes, independent work, practical training, control measures;*

11. Disciplines preceding the study of the specified discipline: *«Economic and mathematical methods and models», «Macroeconomics», «Enterprise economics», «Advertising activity».*

12. Course contents: *Communications in the system of marketing. Strategies and planning of marketing communications. Promoting product. Stimulation of sale of commodities. Organization of work is with public. An advertisement in place of sale. Direct response marketing. Organization of exhibitions and fairs. Personal sale. Packing as means of communication. Integrated marketing communications. Sponsoring. Branding. Organization of marketing communications. Evaluation of efficiency of marketing communications.*

13. Recommended educational editions:

1. Dubovik T.V. Internet Marketing Communications: Monograph / T.V. Owl - K.: KNETU, 2014 - 331 p.
2. Mayovets Ye.Y. Marketing communications: Textbook / Ye. J. Mayovets, O. V. Kuzik; Lviv. nats. Univ. Ivan Franko - L.: LNU them. Ivan Franko, 2013. - 191 p.
3. Marketing communications: Textbook / [P.V. Zakharchenko et al.]. - K.: KNUBA, 2016. - 151 p.
4. Pavlenko A.F. Marketing Communications: Modern Theory and Practice / A.F. Pavlenko, A.V. Voicak, T.O. Primrose - K.: KNEU, 2005. - 408 p.
5. Romat E.V. Advertising in the marketing system / E.V. Romantic - K.: Students Center, 2008. - 608 p.

14. Planned types of educational activities and teaching methods:

*Lectures – 26 hours, practical classes – 24 hours, independent work – 72 hours. Total – 120 hours.*

*Methods of teaching: problem lecture elements, individual tasks, implementing case method, individual tasks of scientific research, group tasks of scientific research, using multimedia tools.*

15. Forms and assessment criteria:

*The assessment is carried out on a 100-point scale*

*Final control (40 points): exam test at the end of the 3-th semester.*

*Current control (60 points) testing, questioning*

16. Language of teaching: *Ukrainian.*

Head of the department:

Doctor of Economic Sciences, professor M. Malchyk