

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Мета: надання здобувачам вищої освіти широких теоретичних, практичних знань і вмінь щодо формування системи, методів та алгоритмів маркетингових комунікацій для підвищення економічної та соціальної ефективності діяльності підприємства.

Завдання: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про систему маркетингових комунікацій підприємства; формування практичних навичок і вмінь щодо розробки і реалізації елементів комплексу маркетингових комунікацій та визначення їх ефективності.

Предмет дисципліни: методи і процеси формування комунікативних взаємовідносин між товаровиробниками і споживачами.

Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Тема 1. Маркетингова політика комунікацій

Тема 2. Процес розробки та вибору системи маркетингових комунікацій

Тема 3. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій

Тема 4. Стимулювання збуту й особливості його використання

Тема 5. PR та його роль у маркетинговій комунікації

Тема 6. Прямий маркетинг

Тема 7. Персональний продаж як особова комунікація

Тема 8. Основи мерчандайзингу

Тема 9. Синтетичні засоби маркетингових комунікацій