

## МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** надання здобувачам вищої освіти теоретичних знань і практичних навиків щодо організації, планування, застосування засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій і оцінки їх ефективності.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про теоретичні та методологічні основи маркетингових комунікацій; набуття практичних навичок щодо формування системи маркетингових комунікацій підприємства; ознайомлення з методиками розроблення бюджету маркетингових комунікацій та рекламних кампаній, визначення ефективності маркетингової комунікації підприємства.

### ***Компетентності:***

*загальні:*

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

*фахові (спеціальні):*

ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

### ***Програмні результати навчання:***

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

### **Програма навчальної дисципліни:**

Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.

Тема 2. Рекламування товарів та послуг.

Тема 3. Стимулювання збуту.

Тема 4. Упаковка, як засіб маркетингової комунікації.

Тема 5. Організація роботи з громадськістю (PR).

Тема 6. Реклама на місці продажу.

Тема 7. Прямий маркетинг і персональний продаж.

Тема 8. Організація виставок і ярмарок.

Тема 9. Хай-тек і хай-хюм комунікації.

Тема 10. Оцінка ефективності маркетингової комунікації.

### **Трудомісткість:**

Загальна кількість годин - 135 год.

Кількість кредитів - 4,5.

Форма семестрового контролю – екзамен.