

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та
інформаційних технологій**

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(обов'язкова навчальна дисципліна)**

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Розробники:
Терещенко Іван –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н, доцент

**Полтава
2022 р.**

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Маркетингові комунікації
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	Обов'язкова навчальна дисципліна
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	<i>Викладач:</i> ТЕРЕЩЕНКО Іван, к.е.н., доцент. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (навчальний корпус №4), <i>e-mail:</i> ivan.tereshchenko@pdaa.edu.ua ; <i>тел.</i> (066) 93-255-09, 095-82-88-557 (директорат) <i>Сторінка викладача:</i> https://www.pdaa.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Спеціальність Освітня програма	075 Маркетинг Маркетинг
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни «Маркетингові комунікації» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингова збутова політика», «Маркетингове ціноутворення»

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: надання здобувачам вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок 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 та структура навчальної дисципліни:

Назви тем	Кількість годин денна форма			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.	13	2	2	9
Тема 2. Рекламування товарів та послуг.	13	2	2	9
Тема 3. Стимулювання збуту.	14	2	4	8
Тема 4. Упаковка, як засіб маркетингової комунікації.	13	2	2	9
Тема 5. Організація роботи з громадськістю (PR).	14	2	4	8
Тема 6. Реклама на місці продажу.	13	2	2	9
Тема 7. Прямий маркетинг і персональний продаж.	12	2	2	8
Тема 8. Організація виставок і ярмарок.	14	-	4	10
Тема 9. Хай-тек і хай-хюм комунікації.	14	-	4	10
Тема 10. Оцінка ефективності маркетингової комунікації.	15	2	4	9
Усього годин	135	16	30	89

**Оцінювання результатів навчання
Форми контролю результатів навчання**

Програмні результати навчання	Форми контролю				Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань/ розв'язування тестів	виконання завдань самостійної роботи	екзамен	
ПРН 7	7,5	7,5	5	5	25
ПРН 8	7,5	7,5	5	5	25
ПРН 10	7,5	7,5	5	5	25
ПРН 15	7,5	7,5	5	5	25
Разом	30	30	20	20	100

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання результатів навчання					Разом
	виконання практичних робіт	обговорення теоретичних питань	виконання завдань самостійної роботи	екзамен		
Тема 1. Сутність та організація маркетингових комунікацій.	3	3	2			8
Тема 2. Рекламування товарів та послуг.	3	3	2			8
Тема 3. Стимулювання збуту.	3	3	2			8
Тема 4. Упаковка, як засіб маркетингової комунікації.	3	3	2			8
Тема 5. Організація роботи з громадськістю (PR).	3	3	2			8
Тема 6. Реклама на місці продажу.	3	3	2			8
Тема 7. Прямий маркетинг і персональний продаж.	3	3	2			8
Тема 8. Організація виставок і ярмарок.	3	3	2			8
Тема 9. Хай-тек і хай-хюм комунікації.	3	3	2			8
Тема 10. Оцінка ефективності маркетингової комунікації.	3	3	2			8
Екзамен				20		20
Всього	30	30	20	20		100

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних робіт

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
3	Здобувач вищої освіти правильно розв'язав практичне завдання (задачу), вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Вміє аргументувати свої думки.
2	Здобувач вищої освіти показує знання методики розв'язання практичного завдання (задачі) та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні.
1	Здобувач вищої освіти частково розв'язав практичне завдання (задачу), але не спромігся аргументувати свою відповідь, помилився у використанні понятійного апарату та методики розв'язання задачі.

Шкала та критерії оцінювання обговорення теоретичних питань

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
3	відповідь правильна, обґрунтована, осмислена та характеризує наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання та повністю відображає визначений результат навчання за темою.
2	відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання.
1	відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
2	Здобувач вищої освіти правильно виконав завдань самостійної роботи, вміє пояснити методику розв'язання та зміст застосовуваного понятійного апарату і формул. Чітко аргументує свої думки. Відповідь містить обґрунтовані висновки.
1	Здобувач вищої освіти показує знання методики виконання завдань самостійної роботи та змісту застосовуваного понятійного апарату і формул. Проте допущені окремі незначні помилки у розв'язанні.

Шкала та критерії оцінювання іспиту

Вид завдання	Шкала оцінювання, балів	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
для теоретичного питання*	0	відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти
	1	Здобувач вищої освіти не володіє переважною частиною програмного матеріалу, допускає суттєві помилки при висвітленні понять.
	2	Здобувач вищої освіти в загальній формі розбирається в матеріалі, допускає суттєві помилки при висвітленні матеріалу, формулюванні понять, не може навести приклади.
	3	Здобувач вищої освіти володіє достатнім обсягом навчального матеріалу, здатний його аналізувати, але не має достатніх знань для формування висновків, не завжди здатний асоціювати теоретичні знання з практичними прикладами
	4	Здобувач вищої освіти демонструє достатньо високий рівень знань, при цьому відповідь досить повна, логічна, з елементами самостійності, але містить деякі неточності або незначні помилки, або присутня недостатня чіткість у визначенні понять

	5	Здобувач вищої освіти повною мірою засвоїв програмний матеріал, виявляє знання основної та додаткової літератури, наводить власні міркування, робить узагальнюючі висновки, вдало наводить приклади.
Максимальна кількість балів	10 балів	
Професійно-орієнтоване (практичне завдання)	0-1	відсутність розрахунку практичної ситуації, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти
	2-3	Здобувач вищої освіти планує та виконує частину завдання за допомогою викладача
	5-6	Здобувач вищої освіти має елементарні, нестійкі навички виконання завдання
	7-8	Здобувач вищої освіти за зразком самостійно виконує практичні завдання, передбачені програмою; має стійкі навички виконання завдання
	9-10	Здобувач вищої освіти може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання завдання й оцінити результати власної практичної діяльності; виконує завдання, не передбачені навчальною програмою: вільно використовує знання для розв'язання поставлених перед ним завдань
Максимальна кількість балів	10 балів	
Всього	20 балів	

*іспит складається з 2 теоретичних питань

Трудомісткість:

Загальна кількість годин – 135 год.

Кількість кредитів – 4,5.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Політика навчальної дисципліни

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої / міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та / або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про 15 академічну мобільність здобувачів вищої освіти

Полтавського державного аграрного університету.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації, відеоролики.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191с.
2. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В., Кононов О. І., Муха Т. А. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
3. Дулі Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя. Київ : Попурри, 2018. 336 с.
4. Огілві Девід. Про рекламу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 288 с.
5. Світвуд Адель. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш Формат, 2019. 152 с.
6. Смарт Роланд. Agile-маркетинг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 208 с.
7. Старостіна А. О., Кравченко В. А., Пригара О. Ю., Ярош-Дмитренко Л. О. Маркетинг. Навчальний посібник. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

Допоміжні

1. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 612 с.
2. Бедринець М.Д., Довгань Л.П. Фінанси підприємств : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 292 с.
3. Бесквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 192 с.
4. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту. Київ, 2017. 200 с.
5. Браргава Р. Неочевидне. Як передбачити майбутнє, аналізуючи тренди. Київ : Vivat, 2019. 288 с.
6. Голідей Р. Маркетинг майбутнього. Київ : Наш Формат, 2018. 104 с.
7. Діб Алла. Маркетинговий план на одну сторінку. Київ : Vivat, 2020. 288 с.
8. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Йон Е. Суперспоживачі. Швидкий шлях до зростання бренду. Київ : Наш Формат, 2019. 160 с.
10. Каплунов Д. Як писати комерційну пропозицію. Видавництво «Фабула», 2019. 352 с.
11. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємства: сучасний стан. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 252 с.
12. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 320с.
13. Манн І. Маркетинг на 100%. Ремікс. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2018. 240 с.
14. Освітньо-професійна програма Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/node/5403/oprmarketyngebakalavr.pdf/> (дата звернення: 01.09.2021).
15. Терещенко І. О., Кібальник В. О. Маркетингові аспекти стратегічного управління підприємством. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 20. С. 56–60.
16. Терещенко І. О., Шульга Л.В., Горілей В.Ю. Система маркетингового менеджменту підприємства *АгроСвіт*. 2019. № 18. С. 63–67.
17. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Шарлай О.В. Сучасні маркетингові стратегії управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2020. № 9.

18. Терещенко І.О. Аналіз та перспективи розвитку ринку логістичних послуг в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. №2. 2020. С.24-29.
19. Філановський О. Головна маркетингова книга. Київ : Наш Формат, 2018. 304 с.
20. Філановський О. Гра в бренди. Як збільшити шанси вашого бізнесу на успіх. Київ : Наш Формат, 2019. 200 с.

Інформаційні ресурси

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>.
3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
5. Google Аналітика. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
6. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com/>
7. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>
8. Журнал «Маркетинг і реклама». URL: <https://mr.com.ua>
9. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
10. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <http://mdtopu.com.ua/index.php/mdt>
11. Журнал «Мир упаковки». URL: <http://packaging.com.ua/magazine-list>
12. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua>