

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАТВЕРДЖЕНО

На засіданні кафедри маркетингу,
менеджменту та публічного
адміністрування

Протокол №__ від 26.08.2024 р.

Завідувач кафедри

_____ Н.С. Приймак

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

Ступінь: бакалавр

Кількість кредитів ECTS 5

Розробник: к.е.н. Шамрін Р.В.,
Лижник Ю.Б.

2024 – 2025 навчальний рік

1. Опис дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни денна/заочна форма навчання
Обов'язкова (для студентів освітньої програми "назва освітньої програми") / вибіркова дисципліна	Обов'язкова (для студентів освітніх програм «Маркетинг»)
Семестр (осінній / весняний)	осінній
Кількість кредитів	5
Загальна кількість годин	150
Кількість модулів	1
Лекції, годин	28 / 8
Практичні / семінарські, годин	28 / 8
Лабораторні, годин	-
Самостійна робота, годин	94 / 134
Тижневих годин для денної форми навчання:	
аудиторних	4
самостійної роботи студента	6,71
Вид контролю	екзамен

2. Програма дисципліни

Мета вивчення дисципліни полягає у оволодінні студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо застосування, використання засобів та елементів комплексу маркетингових комунікацій; організації, планування, здійснення управління комунікативною діяльністю підприємства з метою ефективного їх функціонування, а також ефективного продажу продукції/послуг на ринку.

Завдання дисципліни полягає у отриманні студентами знань в сфері маркетингових комунікацій; вивчення основних категорій маркетингових комунікацій; набуття практичних навичок щодо формування системи маркетингових комунікацій підприємства; ознайомлення з методиками 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 та ін.

Предмет: методи і процеси формування маркетингових комунікацій на підприємстві в умовах ринкової економіки.

Зміст дисципліни розкривається в темах:

Тема 1. Комунікації в системі маркетингу.

Тема 2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій.

Тема 3. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій.

Тема 4. Стимулювання збуту й особливості його використання.

Тема 5. РЯ та його роль у маркетинговій політиці. Тема 6.

Персональні продажі як особова комунікація. Тема 7. Основи мерчандайзингу.

Тема 8. Виставкова діяльність як інтегрований інструмент маркетингових комунікацій.

Тема 9. Імідж підприємства: проблеми формування та реалізації.

Тема 10. Прямий маркетинг.

3. Структура дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма навчання)				
	усього	у тому числі			
		лекц.	пр./сем.	лаб.	СРС
1	2	3	4	5	6
Змістовий модуль 1.					
Тема 1. Комунікації в системі маркетингу.	12	2	2		8
Тема 2. Стратегії та планування маркетингових комунікацій.	14	2	2		10
Тема 3. Реклама як основний засіб маркетингових комунікацій.	16	4	4		8
Тема 4. Стимулювання збуту й особливості його використання.	12	2	2		8
Тема 5. РЯ та його роль у маркетинговій політиці.	14	2	2		10
Разом за змістовим модулем 1	68	12	12		44
Змістовий модуль 2.					
Тема 6. Персональні продажі як особова комунікація	14	2	2		10
Тема 7. Основи мерчандайзингу.	14	2	2		10
Тема 8. Виставкова діяльність як інтегрований інструмент маркетингових комунікацій.	18	4	4		10
Тема 9. Імідж підприємства: проблеми формування та реалізації.	18	4	4		10
Тема 10. Прямий маркетинг.	18	4	4		10
Разом за змістовим модулем 2	82	16	16		50
Усього годин	150	28	28	-	94

4. Теми семінарських/практичних/лабораторних занять

№ з/п	Вид та тема семінарського заняття	Кількість годин
1	Семінар - дискусія Сучасні маркетингові комунікації	2
2	Семінар - мозковий штурм Засоби маркетингових комунікацій	2
3	Семінар - запитань і відповідей Форми рекламної діяльності	4
4	Семінар - обговорення й оцінювання письмових рефератів Сучасні види стимулювання збуту	2
5	Семінар - вирішення проблемних завдань Типи та інструменти PR	2
6	Семінар - розгорнута бесіда Персональні продажі та їх особливості в сучасному бізнес- середовищі	2
7	Семінар - розгорнута бесіда Рівні організації роботи з мерчандайзингу	2
8	Семінар - мозковий штурм Захист групового проекту	4
9	Семінар - розгорнута бесіда Інструменти створення іміджу.	4
10	Семінар - мозковий штурм Прямий маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій	4
Всього		28

5. Розподіл балів, які отримують студенти

- вид контролю: екзамен

Відповідно до системи оцінювання знань студентів ДонНУЕТ, рівень сформованості компетентностей студента оцінюються у випадку проведення екзамену: впродовж семестру (50 балів) та при проведенні підсумкового контролю - екзамену (50 балів).

Оцінювання студентів протягом семестру (очна форма навчання)

№ теми семінарського/практичного заняття	Аудиторна робота				Позааудиторна робота	Сума балів
	Тестові завдання	Ситуаційні завдання, задачі	Обговорення теоретичних питань теми	ПМК / Захист групового проекту	Завдання для самостійного виконання	
Змістовий модуль 1						
Семінар 1	1	1	2			4
Семінар 2	1	1	2			4
Семінар 3	1	1	2			4
Семінар 4	1	1	2			4
Семінар 5	1	1	2		2	6
Разом за змістовим модулем 1	5	5	10		2	22
Змістовий модуль 2						
Семінар 6	1	1	2			4
Семінар 7	1	1	2			4
Семінар 8	1	1	2			4
Семінар 9	1	1	2			4
Семінар 10	1	1	2	6	2	12
Разом за змістовим модулем 2	5	5	10	6	2	28
Усього годин	10	10	20	6	4	50

**Оцінювання студентів протягом семестру
(заочна форма навчання)**

Поточне тестування та самостійна робота			Підсумковий тест (екзамен)	Сума в балах
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2	Індивідуальне завдання	50	100
15	15	20		

Загальне оцінювання результатів вивчення дисципліни

Для виставлення підсумкової оцінки визначається сума балів, отриманих за результатами екзамену та за результатами складання змістових модулів. Оцінювання здійснюється за допомогою шкали оцінювання загальних результатів вивчення дисципліни (модулю).

Оцінка		
100-бальна шкала	Шкала ЄКТС	Національна шкала
90-100	A	5, «відмінно»
80-89	B	4, «добре»
75-79	C	
70-74	D	3, «задовільно»
60-69	E	
35-59	FX	2, «незадовільно»
0-34	F	