



АНОТАЦІЯ ДО ВИБІРКОВОЇ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

Статус: Дисципліна вільного вибору здобувача

Обсяг дисципліни: 3 кредити ECTS; 90 годин

Пререквізити: «Психологія соціальних мереж та ефективні комунікації», «Основи ділових переговорів та активних продаж», «Рекламний менеджмент», «Комунікативний менеджмент», «Копірайтинг»

Пореквізити: «Бренд-менеджмент»

Метою дисципліни «Маркетингові комунікації» є вивчення та оволодіння здобувачами 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 з метою прийняття виробничих, організаційних і управлінських рішень на рівні сучасних вимог.

Завдання дисципліни «Маркетингові комунікації» полягають в 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 тощо.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є методи і процеси формування маркетингових комунікацій на підприємстві в умовах ринкової економіки.

Зміст дисципліни відображається в таких темах:

Тема 1. Комунікації в системі маркетингу

Тема 2. Основні класифікації понять у маркетингових комунікаціях

Тема 3. Рекламування товарів

Тема 4. Стимулювання збуту

Тема 5. Організація роботи з громадськістю(паблік рілейшнз)

Тема 6. Реклама на місці продажу

Тема 7. Прямий маркетинг

Тема 8. Персональний продаж

Тема 9. Стратегії та планування маркетингових комунікацій.

Тема 10. Організація рекламної діяльності

Тема 11. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій

Мова викладання: українська

Форми організації навчального процесу: лекції, семінарські та практичні заняття.

Форма підсумкового контролю: залік

