



**Приватний вищий навчальний заклад
«ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ І ПІДПРИЄМНИЦТВА»
Кафедра менеджменту та онтопсихології**

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право (07 Управління та адміністрування)
Спеціальність	D3 Менеджмент (073 Менеджмент)
Освітня програма	Комунікативний менеджмент
Кафедра, що забезпечує викладання	кафедра менеджменту та онтопсихології
1. Загальний опис навчальної дисципліни	
Обсяг дисципліни	90 годин / 3 кредити ЄКТС, у т.ч.: - лекції – 16 годин; - практичні, семінарські заняття – 14 годин; - самостійна робота – 60 годин
Мова викладання	українська
Методи навчання	поєднання традиційних та інноваційних методів навчання: тематичні, проблемні, оглядові лекції, в тому числі за участю фахівців-практиків; проведення практичних занять, семінарів, презентацій, дискусій; застосування методу кейс-стаді із розв'язанням реальних завдань, вирішення розрахунково-аналітичних та творчих завдань; робота в малих групах, самостійна та командна робота; проведення ділових ігор, застосування проєктного підходу, мозкового штурму, проведення фахових тренінгів; консультації викладачів, участь у науково-практичних конференціях, круглих столах тощо.
Форма підсумкового контролю	залік загальна підсумкова оцінка = поточний контроль + проміжний (модульний) контроль; максимальна кількість балів: - за всі види поточного та проміжного (модульного) контролів – 100.
2. Місце навчальної дисципліни в освітньо-професійній програмі	
Мета дисципліни	формування знань щодо базових категорій маркетингу, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу, синтезу. ЗК4. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК5. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК8. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 16. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів не доброчесності.
Спеціальні (фахові, предметні)	СК11. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління.

компетентності (СК)	СК 16. Здатність формувати комунікативний дизайн бізнес-процесів. СК 17. Здатність проєктувати, реалізовувати та оцінювати комунікативні стратегії в цифровому середовищі, використовуючи сучасні інструменти контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
Програмні результати (ПРН)	ПРН 11. Демонструвати навички аналізу ситуації та здійснення комунікації у різних сферах діяльності організації. ПРН 18. Демонструвати навички формування комунікативного дизайну бізнес-процесів. ПРН 19. Демонструвати навички проєктування, реалізації та оцінювання комунікативних стратегій в цифровому середовищі, з використанням сучасних інструментів контент-менеджменту, цифрового маркетингу та PR для ефективної взаємодії з цільовими аудиторіями.
Місце навчальної дисципліни в освітній програмі	<i>Пререквізити:</i> «Маркетинг» <i>Пореквізити:</i> «Контент-менеджмент та PR»

3. Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми та модуля	Кількість годин		
	аудиторної роботи		самостійної роботи
	лекції	практичні, семінарські	
Змістовний модуль 1. Формування системи маркетингових комунікацій підприємства			
Тема 1. Комунікації в системі маркетингу	1	2	6
Тема 2. Реклама в системі маркетингових комунікацій	1	1	6
Тема 3. Стили та міфологеми в рекламі	1	1	6
Тема 4. Засоби стимулювання збуту та особливості застосування	2	1	8
Тема 5. PR та його місце в маркетингових комунікаціях	2	1	8
Тема 6. Прямий маркетинг	1	1	8
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
Змістовний модуль 2. Організація маркетингових комунікацій та оцінювання їх ефективності			
Тема 7 Персональний продаж	4	2	8
Тема 8 Синтетичні засоби просування	2	2	8
Тема 9 Новітні засоби комунікацій	2	1	8
<i>Модульна контрольна робота</i>		1	
Разом	16	14	60

4. Контрольні заходи та політика оцінювання

Розподіл балів за видами контролю та роботи	Вид контролю	Максимальна кількість балів
	1. Поточне оцінювання роботи, всього: - за 1 змістовим модулем - за 2 змістовим модулем	80 35 45

	2. Модульна робота, всього: - контрольна робота за 1 модулем - контрольна робота за 2 модулем		20 10 10
	Разом		100
Критерії оцінювання результатів навчання	детально представлено у робочій програмі навчальної дисципліни		
Шкала оцінювання	Сума балів	Шкала ЄКТС	Національна шкала
	90 – 100	A	Відмінно
	82 – 89	B	Добре
	74 – 81	C	
	64 – 73	D	Задовільно
	60 – 63	E	
	35 – 59	FX	Незадовільно
	0 – 34	F	
	затверджена Положенням про організацію освітнього процесу ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»		
Політика щодо дедлайнів та перескладання:	Всі види контрольних заходів мають бути виконані у встановлені викладачем терміни. Здобувач вищої освіти допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо він виконав не менше 60% робіт, які передбачені робочою програмою навчальної дисципліни.		
Політика щодо академічної доброчесності	Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності. При використанні Інтернет-ресурсів та інших джерел інформації здобувач повинен вказати джерело, використане в ході виконання завдання. Списування та використання мобільних телефонів та гаджетів під час проведення контрольних заходів заборонені. Детальніше у Кодексі академічної доброчесності ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва» та Положенні про академічну доброчесність ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»		
Політика щодо відвідування занять	Відвідування занять є обов'язковим. Здобувачі, які за поважних обставин не можуть відвідувати заняття за розкладом, повинні узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять впродовж поточного семестру. За поважних причин (хвороба, стажування тощо) або з причин непереборної сили (природні катаклізми, заходи карантинного порядку та інші форс-мажорні обставини) навчання може відбуватися з використанням технологій дистанційного навчання відповідно до Положення про організацію освітнього процесу з використанням технологій дистанційного навчання ПВНЗ «Інститут психології і підприємництва»		
5. Рекомендовані джерела та інформаційні ресурси			
Основні джерела	1. Дергоусова А.О., Сиволовська О.В., Бойко К.Ю. Маркетинг. Конспект лекцій. - Харків: УкрДУЗТ, 2019. – 118 с. 2. Маркетингові комунікації : навчальний посібник / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян. – Харків : УкрДУЗТ, 2022. – 228 с. 3. Маркетингові комунікації: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 075 «Маркетинг». Державний біотехнологічний університет. Х., 2023. 101 с. 4. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т		

	імені Павла Тичини. – Умань : Візаві, 2018. – 191 с. 5. Ромат Є.В. Маркетингові комунікації: підручник / Євгеній Ромат. Київ: Студцентр, 2022. – 336 с.	
Інформаційні ресурси	1.Бібліотека Інституту психології і підприємництва. URL: https://ipp.edu.ua/biblioteka/ 2.Законодавство України [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.rada.kiev.ua ; http://www.nau.kiev.ua ; http://www.ukrpravo.kiev.com ; http://www.liga.kiev.ua . 3. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua . 4. Національна парламентська бібліотека України [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.nplu.kiev.ua . 5. Реклама і зв'язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник / Електронне видання/.Укладач М.Г.Житарюк. Вінниця, 2015. 165 с. Режим доступу: http://przhyt.ucoz.ua/	
6. Інформація про викладача		
Викладач	СПІВАКОВСЬКА Тетяна Володимирівна	
Науковий ступінь, вчене звання	к.е.н, доцент	
Посада	Доцент кафедри менеджменту та онтопсихології	
Контактний телефон		
E-mail	t.spivakovska@ipp.edu.ua	

