

Навчальна дисципліна: МАРКЕТИНГОВА ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЙ

Статус: нормативний

Курс: 4

Семестр: 7

Кількість залікових кредитів по ECTS : 4,0,

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни - "Маркетингові дослідження", "Маркетинг"

Опис дисципліни

Мета дисципліни — засвоєння знань про системи, методи і алгоритми маркетингових комунікацій в процесі товаропросування.

Завдання: вивчення основних категорій маркетингових комунікацій, методик розробки бюджету комунікативних кампаній, алгоритмів розрахунків ефективності рекламних звернень до цільової аудиторії; формування практичних навичок використання різних комунікативних інструментів в процесі товаропросування та їх інтеграція.

Предмет: взаємовідносини товаровиробників з організаціями, які приймають участь процес просування товару.

Змістовні модулі:

Модуль 1. Базові інструменти маркетингових комунікацій

Модуль 2. Синтетичні інструменти маркетингових комунікацій

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, розрахунково-аналітичні завдання, тренінги, реферування, тестування

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

Модульний контроль (за М1 – комплексна індивідуальна робота; за М2 – тестові завдання). Іспит – 7 семестр.

Система оцінювання успішності студентів:

Підсумкова оцінка складається із оцінок за модулями (60 %) та оцінки екзаменаційної роботи (40 %). Екзаменаційна робота виконується в письмовій формі (3 ак. години). Оцінювання відбувається за національною шкалою. Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі.

Навчально-методичне забезпечення: УМКД: робоча програма, тексти лекцій, плани практичних занять, тести, ситуації; електронний варіант завдань.

Мова викладання: українська, російська.

Література:

1. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. – 2-е изд. – М.: Издательство «Финпресс», 2003. – 304 с.

2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 380 с.

3. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2003. – 200 с.