



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ»

Галузь знань	D «Бізнес, адміністрування та право»
Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	«Маркетинг і реклама»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Назва кафедри	Менеджменту, маркетингу та публічного управління
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Дяченко Лідія Антонівна кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління
Профайл керівника курсу	http://nasoa.edu.ua/spivrobitnyky/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail)	E-mail: lidiyabako@ukr.net

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних та семінарських занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	Денна форма навчання					
	4	120	24	24	72	Екзамен
	Заочна форма навчання					
	4	120	2	4	114	Екзамен

Опис дисципліни	Навчальна дисципліна є обов'язковою компонентою навчального плану. Предмет вивчення дисципліни: теоретико-методологічні засади, методи та інструменти аналізу маркетингових даних у процесах комунікацій учасників ринку товарів і послуг, для прийняття оптимальних рішень у діяльності підприємств. Мета вивчення навчальної дисципліни: Засвоєння здобувачами вищої освіти теоретичних знань і практичних навичок маркетингової комунікаційної діяльності у сфері продажу товарів і послуг, а також у отриманні ними знань і вмінь приймати обґрунтовані управлінські рішення у сфері маркетингу в реальних умовах функціонування підприємств. Завдання вивчення навчальної дисципліни: Формування у здобувачів вищої освіти економічного мислення у сфері
-----------------	---

	маркетингових комунікацій, застосування на практиці інструментарію маркетингових комунікацій при проведенні досліджень функціонування ринку товарів і послуг. Формат проведення занять: лекції, практичні (семінарські) заняття, самостійна робота, консультації.
Професійні компетентності	ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу та рекламної справи. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
Програмні результати навчання	ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ і принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
Програма навчальної дисципліни	Змістовий модуль 1. Маркетингові комунікації: основні засади теорії і практики Тема 1. Комунікації у комплексі маркетингу: основні засади Тема 2. Реклама в системі маркетингових комунікацій Тема 3. Реклама в системі комплексу стимулювання продажу товарів і послуг Тема 4. Система маркетингових комунікацій: методичні підходи до визначення бюджету на просування товарів і послуг Тема 5. Сучасні цифрові технології та їх використання в системі маркетингових комунікацій Тема 6. Формування бюджету рекламних кампаній у системі маркетингових комунікацій Змістовий модуль 2 Технології маркетингових комунікацій та їх роль у діяльності підприємств Тема 7. Web – сайти та Seo - технології в системі маркетингових комунікацій у мережі Інтернет

	Тема 8. Технології «паблік рилейшнз» (PR) в системі маркетингових комунікацій Тема 9. «Бенчмаркінг» та брендобудування в системі маркетингових комунікацій Тема 10. Дослідження поведінки споживачів у контексті маркетингових комунікацій Тема 11. Технології «нейромаркетингу» та їх вплив на поведінку споживачів Тема 12. «Product Placement» в системі маркетингових комунікацій. Виставково-ярмаркова діяльність.
Методи навчання	Під час проведення лекцій застосовуються такі методи навчання: презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint, наочний метод навчання, пояснення, обговорення теоретичних питань, дискусії, ілюстративно - роздатковий матеріал. Під час практичних (семінарських) занять застосовуються такі методи навчання: доповіді, письмове виконання практичних занять, тестування, методи «мозкового штурму», активний метод навчання (розв'язування задач і ситуаційних вправ, тестування, самостійна робота).
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери. Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання
Політики навчальної дисципліни	Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами вищої освіти НАСОН є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються: <i>Положення про академічну доброчесність Національної академії статистики, обліку та аудиту</i>, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОН, 24 квітня 2020 р., протокол № 8. Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОН та Положення про академічну доброчесність у НАСОН у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.8.3 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в НАСОН, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, контрольна робота, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми» Політика щодо відвідування занять. Здобувачі вищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач вищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача. Політика щодо перескладання. Здобувачі вищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії.

	Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач вищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно до Положення про організацію освітнього процесу у Національній академії статистики, обліку та аудиту, затвердженим рішенням Вченої ради НАСОНА, 25 травня 2020 р., протокол № 9.
--	---

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Зоріна О. І., Сиволовська О. В., Нескуба Т. В. та ін. Маркетингові комунікації : Навч. посібник, Харків : УкрДУЗТ, 2022. 227 с.
2. Дяченко Л.А., Рекламно - комунікаційні стратегії як інструмент розвитку внутрішнього туризму. Український державний університет науки і технологій, Науковий журнал: Review of transport economics and management Випуск 13, 2025. С. 33-38. <https://doi.org/10.15802/rtem2025/338459>
3. Дяченко Л.А., Коваленко О.В., Садула Л.М., Туризм як складова якості показників життя населення у контексті циркулярної економіки. Український державний університет науки і технологій, Науковий журнал: Review of transport economics and management, Випуск 13, 2025. с. 62 – 70. <https://doi.org/10.15802/rtem2025/338816>
4. Дяченко Л.А., Садула Л.М. Формування національного бренду в умовах війни та нові можливості економічного розвитку України, Науковий журнал: Review of transport economics and management, 2024, Випуск 11 (27). с. 11-18. <https://doi.org/10.15802/rtem2024/309354>
5. Дяченко Л.А., Садула Л.М. Соціальна відповідальність рекламного бізнесу у контексті маркетингу туристичних підприємств. Всеукраїнська науково-практична конференція «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку». Умань. 2024. с. 335-336.
6. Дяченко Л.А. Планування рекламних кампаній у діяльності підприємств сфери туризму Міжнародна науково-практична конференція «Економічні та соціальні аспекти розвитку України». Одеса. 2024. с. 364-366.
7. Дяченко Л.А., Садула Л.М., Інноваційні рішення в туризмі: освітні аспекти, Міжнародна науково-практична конференція «Туризм. Географія. Екологія: Інновації. Освіта. Бізнес». Житомир. 2025. с.44-46.
8. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Теорія та практика реклами : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Журналістика» освітньо-професійної програми «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2023. 112 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру студент отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю. Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем вищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно - рейтингового контролю студент отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то студент вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Теорія реклами та інформаційного впливу» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
Денна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	Від 0 до 3 балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 17 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 17 балів
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів
Заочна форма навчання		
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях	-
КОНТРОЛЬНА РОБОТА ДЛЯ ЗАОЧНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ	Тестовий контроль	Від 0 до 70
ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: розв’язок ситуаційних завдань і практичних вправ, презентації результатів виконаних завдань, тестування, самостійна робота.

Практичні заняття передбачають обговорення питань теми, розгляд нормативно правової бази, проведення дискусій з основних проблем і питань, які розглядаються на практичному занятті. Робота на практичному занятті передбачає усне та письмове опитування. Максимальна кількість балів, отримана здобувачем вищої освіти на практичному занятті становить 3 бали. Самостійна робота здобувачів вищої освіти полягає в опрацюванні проблемних теоретичних та практичних питань. Виконання самостійної роботи оцінюється під час проведення практичних занять у вигляді опитування в тому числі за питаннями, які виносяться на самостійну роботу.

Шкала оцінювання роботи здобувачів вищої освіти на практичних заняттях

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому літературу.
1-2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

0	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.
---	---

Критерії оцінювання модульного контролю

Формою модульного контролю є 2 модульні контрольні робота, які проводяться у формі тестових завдань закритої форми, що формуються та виконуються в системі Moodle, та оцінюються по 17 балів кожна

Критерії оцінювання підсумкового контролю

Формою підсумкового контролю є екзамен, який проводиться у формі тестових завдань закритої форми, що формуються та виконуються в системі Moodle, та оцінюється від 0 до 30 балів.

Шкала оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Екзамен		Оцінка	Пояснення
Відмінно	90-100	A	Здобувач вищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
Добре	82-89	B	Здобувач вищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
Добре	74-81	C	Здобувач вищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях та розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.

Задовільно	64-73	D	Здобувач вищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок
Задовільно	60-63	E	Здобувач вищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач вищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
Незадовільно	35-59	FX	Здобувач вищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача вищої освіти відсутні. Здобувач вищої освіти має можливість повторного складання
	1-34	F	Здобувач вищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри менеджменту, маркетингу та публічного управління. Протокол № 1 від 29 серпня 2025р.