

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ (ВК1)

<i>Семестр</i>	4
<i>Освітньо-професійний ступінь</i>	Фаховий молодший бакалавр
<i>Кількість кредитів ЄКТС</i>	3
<i>Форма контролю</i>	Залік
<i>Аудиторні години</i>	40 (26 год. лекцій, 14 год. семінарських занять)

Загальний опис дисципліни

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки та високої конкуренції ефективні маркетингові комунікації є ключовим інструментом взаємодії підприємства зі споживачами. Вони забезпечують формування попиту, просування товарів і послуг, створення позитивного іміджу бренду та підвищення його конкурентоспроможності.

Актуальність дисципліни полягає у необхідності підготовки фахівців, здатних розробляти та реалізовувати комунікаційні стратегії, використовувати сучасні інструменти реклами, PR, digital-маркетингу та аналізувати ефективність комунікаційної діяльності. Знання з цієї дисципліни дозволяють адаптуватися до динамічних змін ринку та ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією.

Мета: сформувати у здобувачів освіти систему теоретичних знань і практичних навичок щодо організації, управління та оцінювання маркетингових комунікацій підприємства.

Завдання:

- вивчити складові комплексу маркетингових комунікацій;
- сформувати навички планування комунікаційних кампаній;
- оволодіти інструментами реклами, стимулювання збуту та PR;
- розвинути навички аналізу інформаційного середовища;
- сформувати навички оцінки ефективності комунікацій.

Майбутній фахівець повинен мати наступні компетенції:

Загальні компетентності	<p>ЗК3.Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>ЗК4.Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК5.Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК6.Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.</p> <p>ЗК7.Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p>
Спеціальні компетентності:	<p>СК2. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.</p> <p>СК4. Здатність управляти підрозділом та налагоджувати необхідні комунікації в процесі управління.</p> <p>СК8. Здатність працювати в команді та налагоджувати міжособистісну взаємодію під час розв'язання професійних завдань.</p>

Здобуті знання і вміння відображені в результатах навчання

Результати навчання	<p>РН 3. Володіти державною та іноземною мовами у професійній діяльності.</p> <p>РН 6. Використовувати сучасні інформаційні і комунікаційні технології для вирішення професійних завдань.</p> <p>РН 11. Здійснювати пошук, збирання, оброблення й аналізування інформації у професійній діяльності.</p>
----------------------------	---

Теми лекцій:

- 1 Комунікації як складова маркетингової стратегії підприємства
- 2 Дослідження ринку та визначення комунікаційних цілей
- 3 Сегментація аудиторії та створення портрета споживача
- 4 Канали комунікації: вибір і інтеграція (онлайн та офлайн)
- 5 Контент-стратегія в маркетингових комунікаціях
- 6 Сторітелінг як інструмент впливу на споживача
- 7 Візуальні комунікації та бренд-дизайн
- 8 Digital-інструменти просування (SMM, email-маркетинг, SEO, реклама)
- 9 Управління комунікаційними проектами
- 10 Аналітика, KPI та оптимізація комунікацій
- 11 Кризові комунікації та управління репутацією
- 12 Етичні аспекти маркетингових комунікацій

Теми семінарських занять:

- 1 Дослідження впливу маркетингових комунікацій на поведінку споживачів
- 2 Аналіз комунікаційних інструментів сучасних брендів
- 3 Оцінювання ролі PR у формуванні іміджу організації
- 4 Створення концепції комунікаційної кампанії
- 5 Аналіз ефективності маркетингових комунікацій
- 6 Інновації та тренди у сфері маркетингових комунікацій