



Уманський національний
університет садівництва

Факультет економіки і
підприємництва

Кафедра маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «Комунікаційна діяльність»

Рівень вищої освіти:	<u>початковий(короткий цикл)</u>
Спеціальність:	<u>075 «Маркетинг»</u>
Освітня програма:	<u>Маркетинг</u>
Навчальний рік, семестр:	<u>2023-2024 н.р., семестр 2</u>
Курс (рік навчання)	<u>II (2)</u>
Форма навчання:	<u>денна</u>
Кількість кредитів ЄКТС:	<u>5</u>
Мова викладання:	<u>українська</u>
Обов'язкова/вибіркова:	<u>обов'язкова</u>

Лектор курсу	Валентина Лементовська
Профайл лектора	https://marketing.udau.edu.ua/ua/pro-kafedru/vikladachi-ta-spivrobotniki/lementovska-valentina-anatoliivna.html
Контактна інформація лектора (e-mail)	v.lementovskij@gmail.com.ua
Сторінка курсу в MOODLE	https://moodle.udau.edu.ua/course/view.php?id=1219

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу	формування у здобувачів вищої освіти здатності вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері комунікаційної діяльності, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Завдання курсу	<ul style="list-style-type: none">➤ розуміння теоретичних аспектів комунікаційної діяльності;➤ здатність розрізняти засоби, елементи, складові комплексу маркетингових комунікацій, їх переваги й недоліки, особливості застосування різних засобів в діяльності підприємств;➤ здатність застосовувати знання про методи та способи застосування різних засобів комунікацій в сучасному конкурентному середовищі;➤ здатність формувати інтегровані маркетингові комунікації виходячи із особливостей конкретного товару та підприємства;➤ розуміння способів та методів управління комунікаціями підприємства;➤ здатність використовувати теоретичний та методичний інструментарій для діагностики ефективності маркетингових комунікацій;➤ здатність формувати теоретичні та практичні рекомендації щодо системи комунікацій підприємств.
Компетентності	<ul style="list-style-type: none">➤ Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.➤ Здатність розробляти та оцінювати ефективність складових системи маркетингового забезпечення суб'єктів господарювання➤ Здатність обирати та використовувати сучасний інструментарій маркетингу➤ Здатність виявляти проблеми у сфері маркетингу при аналізі конкретних ситуацій та пропонувати способи їх вирішення➤ Здатність планувати маркетингову діяльність суб'єктів господарювання в розрізі елементів комплексу маркетингу➤ Здатність аналізувати потреби і поведінку споживачів та використовувати результати аналізу в маркетинговому просуванні продуктів, послуг, ідей

<p>Програмн і результати навчання</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій маркетингу для обґрунтування пропозицій розвитку бізнесу в умовах невизначеності ➤ Володіти методичним інструментарієм діагностики стану суб'єктів господарювання та планування маркетингової діяльності в розрізі елементів комплексу маркетингу ➤ Визначати функціональні області маркетингової діяльності суб'єктів господарювання та їх взаємозв'язки в системі управління, оцінювати ефективність складових системи маркетингового забезпечення ➤ Використовувати інформаційні системи та технології в маркетингу, необхідні програмні продукти в процесі здійснення професійної діяльності ➤ Демонструвати гнучкість та адаптивність щодо провадження маркетингової діяльності у нових ситуаціях, у роботі із новими об'єктами, та у невизначених умовах ➤ Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта
--	---

СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції /практичні (семінарські, лабораторні))	Зміст тем курсу	Завдання	Оцінювання (балів)	Залучені стейкхолдери (спільне проведення аудит. занять)
Модуль 1					
<p>Тема 1. Теоретичні основи комунікації</p>	2/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Роль та місце комунікації у суспільстві. ➤ Функції комунікації. ➤ Інформація як складова комунікації. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання семінарських завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle</p>	4	-
<p>Topic 2. Communicative process as the basis of communication</p>	4/6	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Communicative process and its structure. ➤ Communication models. ➤ Forms of communicative action. 	<p>Опрацювання лекційного матеріалу, Виконання семінарських завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах,</p>	4	-

			проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 3. Види та рівні комунікацій	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Вербальна комунікація. ➤ Невербальна комунікація. ➤ Рівні комунікації: масові, міжособисті комунікації . 	Опрацювання лекційного матеріалу. перегляд повної версії відеофільму «Невербальна комунікація». Виконання семінарських завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Модульний контроль				10	-
Модуль 2					
Тема 4. Комунікації в системі маркетингу	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Маркетингові комунікації: сутність, цілі, завдання. ➤ Особливості застосування теорії комунікацій у маркетингу. ➤ Норми, правила та законодавчі основи маркетингової політики комунікацій. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання семінарських завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	4	-
Тема 5. Основні інструменти маркетингових комунікацій	6/8	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Рекламування товару ➤ Стимулювання продажу товарів 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання	10	-

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Організація роботи з громадськістю (паблік рилейшнз) ➤ Персональний продаж товарів і послуг 	практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle		
Тема 6. Допоміжні інструменти маркетингових комунікацій.	6/12	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Реклама на місці продажу ➤ Прямий маркетинг ➤ Організація виставок і ярмарків ➤ Упаковка як засіб комунікації ➤ Брендинг ➤ Спонсорування ➤ Сервісне обслуговування споживачів і користувачів товарів ➤ Престижна реклама 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	8	-
Тема 7. Організація маркетингових комунікацій	4/4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Управління маркетинговими комунікаціями ➤ Форми організації служб маркетингових комунікацій. ➤ Завдання та функції служб маркетингових комунікацій. ➤ Планування маркетингових комунікацій. ➤ Форми й методи контролю ефективності маркетингових комунікацій. 	Опрацювання лекційного матеріалу. Виконання практичних завдань, наведених в інструктивно-методичних матеріалах, проходження тестування в системі електронного забезпечення навчання в Moodle	6	роботодавець
Модульний контроль 2				20	-
Всього за курс	30/42			70	

ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика оцінювання	В основу рейтингового оцінювання знань закладена 100-бальна шкала оцінювання (максимально можлива сума балів, яку може набрати здобувач за всіма видами контролю знань з дисципліни з урахуванням поточної успішності, самостійної роботи, науково-дослідної роботи, модульного контролю, підсумкового контролю тощо).
Політика щодо академічної доброчесності	Під час підготовки рефератів та індивідуальних науково-дослідних завдань, проведення контрольних заходів здобувачі повинні дотримуватися правил академічної доброчесності, які визначено Кодексом доброчесності Уманського НУС. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (за погодженням із деканом факультету)

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний (модульний) контроль - 70									Підсумковий контроль	Сума
Модуль 1-22				Модуль 2 -48					30	100
ЗМ1	ЗМ2	ЗМ3	МК	ЗМ4	ЗМ5	ЗМ6	ЗМ7	МК		
4	4	4	10	4	10	8	6	20		

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни