

Фаховий коледж

Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II

Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр	Форма навчання	денна	Навчальний рік/ семестр	2025/2026 осінній
-------------------------------------	---------------------------	-----------------------	-------	--------------------------------	----------------------

Силабус

Назва навчальної дисципліни	Маркетингові комунікації
Циклова комісія	Облік і оподаткування
Освітньо-професійна програма	-
Тип дисципліни, кількість кредитів та годин (лекції/практичні/ семінарські/ лабораторні заняття/самостійна робота)	Тип дисципліни: вибіркова Кількість кредитів: 3 (90 год) Лекції: 26 год. Практичні (семінарські) заняття: 20 год. Лабораторні заняття: - Самостійна робота: 44 год.
Викладач(и), відповідальний(и) за викладання навчальної дисципліни (імена, прізвища, адреса електронної пошти викладача/ів)	викладач вищої категорії Кедебец Г.О. email: kodoboc.gergo@kmf.org.ua Консультації: щочетверга 10:00-12:00 або за домовленістю
Пререквізити навчальної дисципліни	Вивчення навчальної дисципліни передбачає наявність базових знань з економіки, основ права, інформатики та математики.
Анотація дисципліни, мета, завдання та очікувані програмні результати навчальної дисципліни, загальні та фахові компетентності, основна тематика дисципліни	Маркетингові комунікації» - це вибіркова компонента освітньо-професійної програми підготовки здобувачів фахової передвищої освіти. Метою вивчення дисципліни «Маркетингові комунікації» є формування у здобувачів фахової передвищої освіти системи знань з теорії та методології маркетингу, вироблення вмінь і навичок здійснення управлінських функцій на підприємстві з врахуванням інформаційних основ маркетингу; маркетингових досліджень; потреб та попиту; сегментації ринку і типології споживачів; товару, ціни, розповсюдження та комунікацій як елементів комплексу маркетингу. Очікувані результати навчання: - знання та розуміння економічних категорій та законів, здатність здійснювати пошук, обробку та аналіз інформації з різних джерел; - вміння застосовувати сучасні інформаційні технології на всіх етапах підприємницької діяльності; - здатність самостійно організовувати та оцінювати роботу маркетингових служб, вибір комунікаційних

			служб підприємства ; -здатність до застосовувати сучасних методик і технологій автоматизованого опрацювання інформації, формування та використання електронних інформаційних ресурсів та сервісів; - здатність розуміти економічні процеси та здійснювати планування, управління і контроль діяльності суб'єктів господарювання. Змістовний модуль 1. Теоретичні основи маркетингу та його концепції 1.Теоретичні основи маркетингу: сутність таконцепції розвитку. 2. Поняття середовища маркетингу, його контрольовані та неконтрольовані чинники. 3. Комунікації в системі маркетингу. Змістовний модуль 2. Комплекс маркетингових комунікацій. Особливості проведення маркетингової комунікаційної політики. 1.Реклама в комплексі маркетингових комунікацій. 2.Інтегровані маркетингові комунікації. 3. Управління маркетинговою діяльністю. Оцінювання ефективності маркетингових комунікацій
Критерії контролю та оцінювання результатів навчання			
<i>Оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: змістовий модуль 1 – 50 балів; змістовий модуль 2 – 50 балів; разом 100 балів</i>			
Семестрові завдання	Бали	Критерії оцінювання	
<u>Змістовий модуль:</u> -практична робота, опитування, тестування; розв'язування завдань і вправ із правильним проведенням розрахунків та формуванням висновків; - самостійна робота	<u>0-30 балів</u> 0-5 балів	-5 балів - здобувач фахової передвищої освіти при тестуванні обирає всі правильні варіанти відповіді, використовуючи знання, отримані під час вивчення тем. При виконанні практичних завдань вичерпний виклад змісту питання із застосуванням аналізу та вмінням робити висновки; -4 бали- при тестуванні 1- 2 неправильні відповіді,при правильному виконанні практичних завдань- відсутність висновків; -3 бали- 30% неправильних відповідей при тестуванні, при виконанні практичного завдання – відсутній аналіз, висновки, неправильне застосування формул; -2 бали- 50% неправильних відповідей при тестуванні , практичне завдання не розв'язане; 1 бал- 70% неправильних відповідей при тестуванні, практичне завдання не розв'язане;	

	0-5 балів	0 балів – здобувач освіти не надав відповідь. Виконання самостійної роботи: тестові завдання - 1 бал, підготування презентаційних матеріалів та рефератів- 2 бали, розв'язування задач із правильністю проведення розрахунків - 2 бали.
-модульний контроль	0-20 балів	Модульний контроль оцінюється в діапазоні від 0 до 20 балів і включає: теоретичні завдання/ тести - 10 балів; практичні завдання – 10 балів. Оцінка знань з теоретичного завдання/ тестові питання оцінюється від 0 до 10 балів відповідно до кількості правильно виконаних завдань. Практичні завдання в модульній контрольній роботі оцінюються у 10 балів, у т.ч.: від 0 до 5 балів – за правильність проведених розрахунків і отриманих результатів і від 0 до 5 балів – за вміння формулювати обґрунтовані висновки за результатами завдання, відповідно до кількості правильно виконаних завдань.
семестровий контроль-залік	0-40 балів	Здійснюється в усній формі за двома теоретичними питання й одним практичним завданням. Теоретичне питання оцінюються у 10 балів за такими критеріями оцінювання: 10 балів – вичерпний виклад змісту питання із застосуванням аналізу та вмінням робити висновки; 8 балів – розгорнутий виклад змісту питання, але відсутні аналіз та висновки; 6 балів – правильний, але не досить повний виклад змісту питання; 4 балів – неповний виклад змісту питання та допущено значні помилки і неточності; 2 балів – характер відповіді дає підставу стверджувати, що здобувач освіти неправильно зрозумів зміст питання і тому не відповів на нього по суті, припустившись грубих помилок у змісті відповіді; 0 балів - здобувач освіти не знає правильної відповіді. Практичне завдання оцінюється у 20 балів за підсумком балів: від 0 до 10 балів – за правильність проведених розрахунків та отриманих результатів (залежно від кількості дій та умови завдання); від 0 до 10 балів – за вміння формулювати обґрунтовані висновки за результатами розв'язку завдання. До семестрового контролю допускаються здобувачі фахової передвищої освіти, які в сумі за змістовні модулі накопичили менше 60 балів, а

		також здобувачі освіти, які бажають покращити свій результат. Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни визначається як сума балів за змістові модулі та оцінка за залік. Критерії оцінювання знань, вмінь, компетентностей здобувачів фахової передвищої освіти визначені <u>Положенням про систему оцінювання знань здобувачів фахової передвищої освіти у Фаховому коледжі ЗУІ ім. Ф.Ракоці II</u>
Інші інформації про дисципліну (технічне та програмне забезпечення дисципліни тощо)		Здобувачі фахової передвищої освіти повинні здавати роботи у визначені викладачем терміни. Роботи, що здаються з порушенням термінів без поважних причин оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин. Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Реферати повинні мати коректні текстові посилання на використані джерела. При викладанні освітньої компоненти використовуються такі методи навчання: -словесний метод - лекції (лекції–демонстрації з використанням мультимедійного обладнання) ; -практичний метод – розв'язання практичних завдань; -наочний метод - метод ілюстрацій; -робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, написання й захист рефератів, міні- доповідей. Навчальні заняття проводяться в спеціалізованих кабінетах, обладнаних мультимедійними проекторами; в закладі забезпечено необмежений вільний доступ до інформаційних ресурсів. При дистанційній або змішаній формах навчання використовується інструментарій платформи Google Classroom. Навчальні ресурси: презентації лекцій, плани практичних занять, методичні вказівки та рекомендації до виконання завдань на сторінці курсу в Google Classroom, рекомендації до підготовки та виконання індивідуальних завдань і самостійної роботи.
Рекомендовані джерела (основна та допоміжна література), електронні інформаційні ресурси		1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха ; під загальною редакцією Н. В. Попової. Харків: «Факт», 2020.315с. 2. Смерічевський С. Ф. Бренд-менеджмент: навч. посіб. / С. Ф. Смерічевський, С. Є. Петропавловська, О. А. Радченко. – Київ : НАУ, 2019. – 155 с. 3. Вікрі К. Нетворкінг для інтровертів. Поради

	для комфортної та ефективної комунікації /Карен Вікрі.– Київ : Vivat, 2020. – 224 с. 4.Зоріна О.І., Сиволовська О.В., Мкртичян О.М Нескуба Т.В. Навчальний посібник: Маркетингові комунікації. – Харків: УкрДУЗТ, 2021 . – 236 с. 5.Король І.В. Маркетингові комунікації : навч.-метод. посібник. Умань : Візаві, 2018. 191 с 6.Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 //Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39 7. Бортнік С.М., Конюх І.М. Інтегровані маркетингові комунікації у діяльності підприємства та оцінка їх ефективності . Електронні інформаційні ресурси: 1.Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/ 2.Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: http://www.tax.gov.ua/ 3.Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: https://mof.gov.ua/uk 4.Офіційний сайт Урядового порталу. URL: https://www.kmu.gov.ua 5. Сайт журналу “Бізнес Інформ” – Режим доступу: www.businessinform.net. 6. Сайт журналу “Проблеми економіки” – Режим доступу: www.problecon.com. 7.Офіційний сайт наукового журналу «ACTA ACADEMIAE BEREKSASIENSIS. ECONOMICS». URL: https://aab-economics.kmf.uz.ua/aabe 8. Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці ІІ. Бібліотека ім. Опаці Черє Яноша https://opac3.brff.monguz.hu/uk/search/-/search/clearform.
--	--