

Кафедра маркетингу

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»**

В.о. завідувача кафедри

Пілова К.П. \_\_\_\_\_

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ПРИКЛАДНІ ТЕХНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ»**

Галузь знань .....	07 Управління та адміністрування
Спеціальність .....	075 Маркетинг
Освітній рівень.....	магістр
Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Статус .....	обов'язкова
Загальний обсяг .....	5 кредитів ЄКТС (150 годин)
Форма підсумкового контролю	екзамен
Термін викладання .....	1-й семестри
Мова викладання .....	українська

Викладачі: доц. Шинкаренко Н.В. \_\_\_\_\_

Пролонговано: на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) «\_\_» 20\_\_ р.  
(підпис, ПІБ, дата)

Дніпро  
НТУ «ДП»  
2019

Робоча програма навчальної дисципліни «Прикладні технології маркетингових комунікацій» для магістрів спеціальності 075 «Маркетинг» / Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка», каф. маркетингу. – Д. : НТУ «ДП», 2019. – 13 с.

Розробник – Шинкаренко Н.В.

Робоча програма регламентує:

- мету дисципліни;
- дисциплінарні результати навчання, сформовані на основі трансформації очікуваних результатів навчання освітньої програми;
- базові дисципліни;
- обсяг і розподіл за формами організації освітнього процесу та видами навчальних занять;
- програму дисципліни (тематичний план за видами навчальних занять);
- алгоритм оцінювання рівня досягнення дисциплінарних результатів навчання (шкали, засоби, процедури та критерії оцінювання);
- інструменти, обладнання та програмне забезпечення;
- рекомендовані джерела інформації.

Робоча програма призначена для реалізації компетентнісного підходу під час планування освітнього процесу, викладання дисципліни, підготовки студентів до контрольних заходів, контролю провадження освітньої діяльності, внутрішнього та зовнішнього контролю забезпечення якості вищої освіти, акредитації освітніх програм у межах спеціальності.

Погоджено рішенням методичної комісії спеціальності 075 Маркетинг (протокол № від \_\_\_\_\_).

Рекомендовано до видання редакційною радою НТУ «ДП» (протокол № від \_\_\_\_\_).

## ЗМІСТ

1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ .....	4
2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ.....	4
3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ .....	5
4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ .....	5
5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ.....	6
6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ .....	7
6.1 Шкали .....	7
6.2 Засоби та процедури.....	8
6.3 Критерії.....	10
7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ .....	13
8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	13

## 1 МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИЦИПЛІНИ

В освітньо-професійній програмі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» спеціальності 075 «Маркетинг» здійснено розподіл програмних результатів навчання (ПРН) за організаційними формами освітнього процесу. Зокрема, до дисципліни В1.5 «Прикладні технології маркетингових комунікацій» віднесено такі результати навчання:

ВР1.5	Виявляти медіа-уподобання цільової аудиторії, проводити тестування необхідності використання окремих технологій маркетингових комунікацій та виявляти найбільш ефективні з них у заданій ситуації
-------	---

**Мета дисципліни «Прикладні технології маркетингових комунікацій»** – формування і розвиток ключових компетенцій студентів у галузі планування, реалізації, контролю та адаптивного розвитку BTL-комунікацій, які забезпечують результативне та ефективне досягнення маркетингових завдань.

## 2 ОЧІКУВАНІ ДИСЦИПЛІНАРНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Згідно з визначеними загальними та фаховими компетентностями, визначеними в освітньо-професійній програмі магістра спеціальності 075 "Маркетинг", в результаті вивчення навчальної дисципліни «Прикладні технології маркетингових комунікацій», що є вибірковою дисципліною за галуззю знань, студенти мають досягнути таких дисциплінарних результатів навчання:

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
ВР1.5	ВР1.5.1	Володіє інструментарієм пошуку та аналізу інформації, необхідної для вироблення управлінських рішень в сфері BTL- комунікацій. Здатний здійснювати стратегічне й оперативне планування кампанії по просуванню продуктів і брендів з використанням інструментів BTL
	ВР1.5.2	Володіє принципами розробки BTL-кампаній, побудови моделей BTL і TTL комунікацій. Здійснює інтеграцію нових підходів інструментів BTL- комунікацій в практику реалізації маркетингових комунікацій на профільних ринках товарів і послуг
	ВР1.5.3	Визначає відмінні риси окремих інструментів BTL- комунікацій і можливостей їх автономного та спільного використання
	ВР1.5.4	Володіє навичками системного аналізу та практичного використання на науковій основі різних класичних і сучасних інструментів BTL- комунікацій
	ВР1.5.5	Здійснює планування та розробку немедійних маркетингових проектів з урахуванням цілей і завдань компанії

Шифр ПРН	Дисциплінарні результати навчання (ДРН)	
	шифр ДРН	зміст
	BP1.5.6	Навички оцінки ефективності BTL кампанії і їх взаємозв'язку з основними ключовими індикаторами результативності KPI бізнесу

### 3 БАЗОВІ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	Здобуті результати навчання
Ф2 (б) Маркетинг II	Розуміти сутність та зміст теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складовими; критично аналізувати і узагальнювати концептуальні положення предметної області сучасного маркетингу
Ф14 (б) Маркетингові комунікації I	Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, що характеризують результативність такої діяльності Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід для здійснення маркетингових функцій ринкового суб'єкта
В1.11 (б) Маркетингові комунікації II	Розуміти сутність та зміст теорії маркетингу та функціональних зв'язків між її складовими; критично аналізувати і узагальнювати концептуальні положення предметної області сучасного маркетингу Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності і практичного застосування маркетингового інструментарію Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід для здійснення маркетингових функцій ринкового суб'єкта

### 4 ОБСЯГ І РОЗПОДІЛ ЗА ФОРМАМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Вид навчальних занять	Обсяг, години	Розподіл за формами навчання, години					
		денна		вечірня		заочна	
		аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота	аудиторні заняття	самостійна робота
лекційні	40	11	27	-	-	4	56
практичні	80	22	54	-	-	4	56
лабораторні	-	-	-	-	-	-	-
семінари	-	-	-	-	-	-	-
РАЗОМ	120	33	81	-	-	8	112

## 5 ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ ЗА ВИДАМИ НАВЧАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
	<b>ЛЕКЦІЇ</b>	<b>11</b>
BP1.5.1	<p><b>1. BTL, директ маркетинг, просування в місцях продажів. Їх роль і місце в системі маркетингових комунікацій</b></p> <p>Дефініція поняття "BTL комунікації". Контекст розвитку BTL-інструментів</p> <p>Місце BTL - інструментів в структурі інтегрованих маркетингових комунікацій</p> <p>BTL: функції, завдання, основні напрями та форми</p> <p>Директ-маркетинг в системі в маркетингових комунікацій</p> <p>Телемаркетинг вхідний і вихідний. Call- центри</p>	2
BP1.5.2	<p><b>2. Трейд-маркетинг: просування в місцях продажів - види, інструменти, можливості та загрози</b></p> <p>Види просування в місцях продажів. Мерчандайзинг: викладка товару і реклама в місцях продажів</p> <p>Організація акцій в місцях продажів: види, цілі і завдання, механіка, бюджет, оцінка ефективності</p> <p>Організація sales promotions (промо-акції, що стимулюють продаж) і brand promo's (іміджевих заходів)</p> <p>Робота промо-персоналу. "Семплінг". "Консуммація". Програми "Mystery shopping" та "Таємничий покупець"</p>	2
BP1.5.2 BP1.5.3	<p><b>3. «Польові» методи BTL-просування: формування атмосфери в місцях продажів, сенсорний маркетинг, івент-маркетинг, партизанський маркетинг</b></p> <p>Визначення місця retail environment (атмосфера в місцях продажів) в системі маркетингових комунікацій</p> <p>Consumer promotion (промо- заходи, спрямовані на кінцевого споживача)</p> <p>Event marketing (подієвий маркетинг), івент-маркетинг, партизанський маркетинг - цілі, види, механіка, можливості і загрози</p> <p>Технології сенсорного маркетингу (акцентований вплив на органи чуття), технології арома маркетингу і аудіо-маркетингу</p> <p>Використання споживачів в ретрансляції промо-активності</p>	3
BP1.5.1 BP1.5.3 BP1.5.2	<p><b>4. Мережеві інструменти BTL-просування: вірусний маркетинг, програми лояльності, управління спільнотами клієнтів, CRM</b></p> <p>Мережеві інструменти BTL-просування: вірусний маркетинг</p> <p>Комплексні програми роботи з клієнтами: цілі та завдання, стратегія, план дій</p> <p>Клуби лояльності і програми лояльності - історія розвитку та сучасний підхід</p> <p>CRM (управління відносинами з клієнтами): новий етап розвитку маркетингу, нова ідеологія бізнесу. CRM і маркетинг vs. CRM і продажу. CRM і IT: CRM-системи</p>	2
BP1.5.4 BP1.5.5	<p><b>5. Нові підходи до інтегрованих маркетингових комунікацій з позицій BTL</b></p>	2

Шифри ДРН	Види та тематика навчальних занять	Обсяг складових, години
BP1.5.6	Інтегровані TTL (through the line) програми як комплексний підхід до просування товару на ринку (ATL + BTL)	
	Базові підходи і технології реалізації ефективних TTL- стратегій	
	Маркетингові комунікації та брендинг. 360 ° branding	
	Стратегія бренду: довгострокове і короткострокове планування маркетингових комунікацій	
	<b>ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ</b>	<b>22</b>
BP1.5.1	<b>1. Історія директ-маркетингу. Тенденції директ-маркетингу</b>	2
BP1.5.2	<b>2. Direct mail (поштові розсилки) як інструмент впливу на цільову аудиторію. Адресні і безадресні розсилки</b>	3
BP1.5.1	<b>3. Розробка сценарію дослідження за методом "Mystery shopping"</b>	2
BP1.5.2	<b>4. . Організація розсилки, адресні бази даних, брокери, покупка бази. Підготовка матеріалів, написання листа</b>	3
BP1.5.3		
BP1.5.4	<b>5. Програми лояльності на основі орієнтації на споживачів (цілі використання + кейси)</b>	3
BP1.5.5	<b>6. CRM і маркетинг vs. CRM і продажу. CRM і IT: CRM-системи</b>	3
BP1.5.5	<b>7. Побудова релігії бренда за допомогою інструментів BTL</b>	3
BP1.5.6	<b>8. Розробка BTL -стратегії для компанії</b>	3
	<b>САМОСТІЙНА РОБОТА</b>	<b>111</b>
	Самостійна робота – це опанування самим студентом знань з дисципліни у поза аудиторний час на підставі вивчення навчальної літератури, виконання завдань, опрацювання матеріалів лекцій та семінарів, підготовки до кейсів та ділових ігор, підготовка до контрольних робіт та екзамену.	111
	<b>1. Читання навчальної літератури (базової та рекомендованої)</b>	
	<b>2. Перегляд навчальних відеоматеріалів</b>	
	<b>3. Виконання індивідуальних завдань</b>	
	<b>РАЗОМ</b>	<b>150</b>

## 6 ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Сертифікація досягнень студентів здійснюється за допомогою прозорих процедур, що ґрунтуються на об'єктивних критеріях відповідно до «Положення про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти».

Досягнутий рівень компетентностей відносно очікуваних, що ідентифікований під час контрольних заходів, відображає реальний результат навчання студента за дисципліною.

### 6.1 Шкали

Оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП» здійснюється за рейтинговою (100-бальною) та інституційною шкалами. Остання необхідна (за офіційною відсутністю національної шкали) для конвертації (переведення) оцінок мобільних студентів.

### *Шкали оцінювання навчальних досягнень студентів НТУ «ДП»*

Рейтингова	Інституційна
90...100	відмінно / Excellent
74...89	добре / Good
60...73	задовільно / Satisfactory
0...59	незадовільно / Fail

Кредити навчальної дисципліни зараховується, якщо студент отримав підсумкову оцінку не менше 60-ти балів. Нижча оцінка вважається академічною заборгованістю, що підлягає ліквідації.

## **6.2 Засоби та процедури**

Зміст засобів діагностики спрямовано на контроль рівня сформованості знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності студента за вимогами НРК до 8-го кваліфікаційного рівня під час демонстрації регламентованих робочою програмою результатів навчання.

Студент на контрольних заходах має виконувати завдання, орієнтовані виключно на демонстрацію дисциплінарних результатів навчання (розділ 2).

Засоби діагностики, що надаються студентам на контрольних заходах у вигляді завдань для поточного та підсумкового контролю, формуються шляхом конкретизації вихідних даних та способу демонстрації дисциплінарних результатів навчання.

Засоби діагностики (контрольні завдання) для поточного та підсумкового контролю дисципліни затверджуються кафедрою.

Види засобів діагностики та процедур оцінювання для поточного та підсумкового контролю дисципліни подано нижче.

### *Засоби діагностики та процедури оцінювання*

ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ			ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	
навчальне заняття	засоби діагностики	процедури	засоби діагностики	процедури
лекції	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдання під час лекцій	комплексна контрольна робота (ККР)	визначення середньозваженого результату поточних контролів;
практичні	контрольні завдання за кожною темою	виконання завдань під час практичних занять		виконання ККР під час екзамену за бажанням студента



або індивідуальне завдання або індивідуальне завдання у вигляді рефератів, аналітичних звітів, презентацій результатів виконаних завдань та досліджень	виконання завдань під час самостійної роботи	(екзамен)	
--	--	-----------	--

Під час поточного контролю лекційні заняття оцінюються шляхом визначення якості виконання контрольних конкретизованих завдань. Практичні заняття оцінюються якістю виконання контрольного або індивідуального завдання.

Якщо зміст певного виду занять підпорядковано декільком дескрипторам, то інтегральне значення оцінки може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюються викладачем.

Студенти можуть отримати підсумкову (екзаменаційну) оцінку з дисципліни на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів.

<b>Види навчальної діяльності</b>	<b>Максимальна сума балів</b>	<b>Ваговий коефіцієнт при підсумковому оцінюванні</b>
Лекції: опитування на заняттях, мініконтрольні роботи, виконання завдань	100	0,7
Практичні заняття: виконання індивідуальних завдань, усні опитування за матеріалом лекцій, групова робота, представлення доповідей, написання есе, участь в обговоренні тем семінарських занять, участь у діловій грі, контрольні роботи, колоквиум	100	0,3
Екзамен	100	1

За наявності рівня результатів поточних контролів з усіх видів навчальних занять не менше 60 балів, підсумковий контроль здійснюється без участі студента шляхом визначення середньозваженого значення поточних оцінок.

Незалежно від результатів поточного контролю кожен студент під час екзамену має право виконувати ККР, яка містить завдання, що охоплюють ключові дисциплінарні результати навчання.

Кількість конкретизованих завдань ККР повинна відповідати відведеному часу на виконання. Кількість варіантів ККР має забезпечити індивідуалізацію завдання.

Значення оцінки за виконання ККР визначається середньою оцінкою складових (конкретизованих завдань) і є остаточним.

Інтегральне значення оцінки виконання ККР може визначатися з урахуванням вагових коефіцієнтів, що встановлюється кафедрою для кожного дескриптора НРК.

### 6.3 Критерії

Реальні результати навчання студента ідентифікуються та вимірюються відносно очікуваних під час контрольних заходів за допомогою критеріїв, що описують дії студента для демонстрації досягнення результатів навчання.

Для оцінювання виконання контрольних завдань під час поточного контролю лекційних і практичних занять в якості критерія використовується коефіцієнт засвоєння, що автоматично адаптує показник оцінки до рейтингової шкали:

$$O_i = 100 a/m,$$

де  $a$  – число правильних відповідей або виконаних суттєвих операцій відповідно до еталону рішення;  $m$  – загальна кількість запитань або суттєвих операцій еталону.

Індивідуальні завдання та комплексні контрольні роботи оцінюються експертно за допомогою критеріїв, що характеризують співвідношення вимог до рівня компетентностей і показників оцінки за рейтинговою шкалою.

Зміст критеріїв спирається на компетентнісні характеристики, визначені НРК для магістерського рівня вищої освіти (подано нижче).

#### *Загальні критерії досягнення результатів навчання для 8-го кваліфікаційного рівня за НРК*

**Інтегральна компетентність** – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
<b>Знання</b>		
♦ спеціалізовані концептуальні знання, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької роботи;	Відповідь відмінна – правильна, обґрунтована, осмислена. Характеризує наявність: - спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень; - критичне осмислення проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей	95-100
	Відповідь містить негрубі помилки або описки	90-94
	Відповідь правильна, але має певні неточності	85-89
	Відповідь правильна, але має певні неточності й недостатньо обґрунтована	80-84
	Відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена	74-79
	Відповідь фрагментарна	70-73
	Відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про	65-69

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
♦ критичне осмислення проблем у навчанні та /або професійній діяльності та на межі предметних галузей	об'єкт вивчення	
	Рівень знань мінімально задовільний	60-64
	Рівень знань незадовільний	<60
<b>Уміння</b>		
♦ розв'язання складних задач і проблем, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог; ♦ провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності	Відповідь характеризує уміння: - виявляти проблеми; - формулювати гіпотези; - розв'язувати проблеми; - оновлювати знання; - інтегрувати знання; - провадити інноваційну діяльність; - провадити наукову діяльність	95-100
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності з негрубими помилками	90-94
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації однієї вимоги	85-89
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації двох вимог	80-84
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації трьох вимог	74-79
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності при реалізації чотирьох вимог	70-73
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності при виконанні завдань за зразком	65-69
	Відповідь характеризує уміння застосовувати знання при виконанні завдань за зразком, але з неточностями	60-64
	Рівень умінь незадовільний	<60
<b>Комунікація</b>		
♦ зрозуміле і недвозначне донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються; ♦ використання іноземних мов у професійній діяльності	Зрозумілість відповіді (доповіді). Мова: - правильна; - чиста; - ясна; - точна; - логічна; - виразна; - лаконічна. Комунікаційна стратегія: - послідовний і несуперечливий розвиток думки; - наявність логічних власних суджень; - доречна аргументації та її відповідність відстоюваним положенням; - правильна структура відповіді (доповіді);	95-100

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильність відповідей на запитання;</li> <li>- доречна техніка відповідей на запитання;</li> <li>- здатність робити висновки та формулювати пропозиції;</li> <li>- використання іноземних мов у професійній діяльності</li> </ul>	
	Достатня зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія з незначними хибами	90-94
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано три вимоги)	85-89
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано чотири вимоги)	80-84
	Добра зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано п'ять вимог)	74-79
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та доречна комунікаційна стратегія (сумарно не реалізовано сім вимог)	70-73
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано дев'ять вимог)	65-69
	Задовільна зрозумілість відповіді (доповіді) та комунікаційна стратегія з хибами (сумарно не реалізовано 10 вимог)	60-64
	Рівень комунікації незадовільний	<60
<b><i>Автономність та відповідальність</i></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>♦ відповідальність за розвиток професійного знання і практик, оцінку стратегічного розвитку команди;</li> <li>♦ здатність до подальшого навчання, яке значною мірою є автономним та самостійним</li> </ul>	<p>Відмінне володіння компетенціями:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- використання принципів та методів організації діяльності команди;</li> <li>- ефективний розподіл повноважень в структурі команди;</li> <li>- підтримка врівноважених стосунків з членами команди (відповідальність за взаємовідносини);</li> <li>- стресовитривалість;</li> <li>- саморегуляція;</li> <li>- трудова активність в екстремальних ситуаціях;</li> <li>- високий рівень особистого ставлення до справи;</li> <li>- володіння всіма видами навчальної діяльності;</li> <li>- належний рівень фундаментальних знань;</li> <li>- належний рівень сформованості загальнонавчальних умінь і навичок</li> </ul>	95-100
	Упевнене володіння компетенціями автономності та відповідальності з незначними хибами	90-94
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано дві вимоги)	85-89
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано три вимоги)	80-84

Дескриптори НРК	Вимоги до знань, умінь, комунікації, автономності та відповідальності	Показник оцінки
	Добре володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано чотири вимоги)	74-79
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано п'ять вимог)	70-73
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (не реалізовано шість вимог)	65-69
	Задовільне володіння компетенціями автономності та відповідальності (рівень фрагментарний)	60-64
	Рівень автономності та відповідальності незадовільний	<60

## 7 ІНСТРУМЕНТИ, ОБЛАДНАННЯ ТА ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Технічні засоби навчання.

Дистанційна платформа Moodle.

## 8 РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: навч. посібник. - К.: Ельга: Ніка-Центр, 2003. -274 с.
2. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама: теория и практика: учебник для вузов. – СПб: Питер, 2013. – 512 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама: практич.посібник. - К.: Знання, 2001. - 455с.
4. Батра Р. и др. Рекламный менеджмент: учеб.пособие. - М.: Изд. дом "Вильямс", 2001. – 780 с.
5. Балабанова Л.В. Рекламний менеджмент: посібник / Л.В. Балабанова. - Д.: ДонНУЕТ, 2015 – (Бібліотека Європейського університету).
6. Луцій О.П., Ларіна Я.С., Забуранна Л.В., Ковшова І.О. Рекламний менеджмент: навчальний посібник / О.П. Луцій, Я.С. Ларіна, Л.В. Забуранна, І.О. Ковшова. – К.: Вид-во Європейського ун-ту, 2014. – (Бібліотека Європейського університету).
7. Уэльс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб: Питер, 2003. – 800 с. – (Бібліотека Європейського університету).
8. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: Навч. посібник / О.С. Телетов. Суми : ВТД «Університетська книга», 2009. – 365 с.

### Інформаційні ресурси

1. Журнал «Маркетинг в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/archive.php>.
2. Офіційний сайт Української Асоціації Маркетингу. Головна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу : <http://uam.in.ua/rus/>.

Навчальне видання

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
«Прикладні технології маркетингових комунікацій»

Розробник: Шинкаренко Наталія Валентинівна

Редактор: Т.В. Куваєва

Підписано до друку \_\_\_\_\_. Формат 30 × 42/4.  
Папір офсетний. Ризографія. Ум. друк. арк. 1,25.  
Обл.-вид. арк. 1,25. Тираж 100 прим. Зам.\_\_\_\_\_.

Підготовлено до виходу в світ  
у Національному технічному університеті  
«Дніпровська політехніка».  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842  
4960050, м. Дніпро, просп. Д. Яворницького, 19