

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Кафедра менеджменту та інформаційних технологій

Факультет економічний

Освітній ступінь

Магістр

Форма контролю

Залік

Загальний опис дисципліни

Досліджує теоретичні і практичні аспекти управління маркетинговими комунікаціями на ринку товарів та послуг. Дисципліна передбачає вивчення маркетингових досліджень як основного інструменту, що забезпечує функціонування концепції маркетингу; типів маркетингових комунікацій, основних етапів розробки маркетингових комунікацій; підходів, методів і засобів, що використовуються в маркетингових комунікацій; основних переваг і недоліків основних інструментів маркетингових комунікацій.

Мета дисципліни – дати майбутнім фахівцям систематизоване уявлення про теоретичне і практичне підґрунтя для ефективного управління маркетинговими комунікаціями на ринку товарів та послуг, ознайомити здобувачів вищої освіти із особливостями управління маркетинговими комунікаціями.

Завдання вивчення дисципліни. Завданнями вивчення дисципліни є: ознайомлення здобувачів вищої освіти з принципами маркетингових комунікацій, основами стимулювання збуту; оволодіння навичками стимулювання; ознайомлення з цілями, функціями, принципами ефективної реклами; навчання обирати оптимальні форми реклами, принципи вибору каналу розповсюдження інформації; опановувати методику особистих продажів.

Зміст за темами:

1. Маркетингові комунікації.
2. Стимулювання збуту.
3. Сутність і завдання стимулювання.
4. Поняття реклами, її цілі та функції.
5. Форми реклами. Реклама і життєвий цикл товару.
6. Принципи ефективної реклами.
7. Принципи вибору каналу розповсюдження інформації.
8. Методи особистих продажів.