

СИЛАБУС

з дисципліни «Інформаційні кампанії в маркетингу»
на отримання ступеню вищої освіти «магістр» за спеціальністю

075 «Маркетинг»

Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

Обсяг курсу – 3 кредити (ECTS): 14 годин – лекції, 16 годин – практичні заняття, 60 годин – самостійна робота, залік.

Викладач курсу – Романюк Ірина Анатоліївна к.е.н., старший викладач ЗВО кафедри маркетингу та медіакомунікацій (<http://new.khntusg.com.ua/staff/romanjuk-irina-anatoliivna>)

ОПИС КУРСУ

Пререквізити (базові знання необхідні для успішного опанування компетентностями). Базові знання з дисципліни «Маркетинговий менеджмент».

Постреквізити. Опанування студентами навичок застосування методів та моделей інформаційних кампаній дозволить ефективно використовувати інструменти маркетингу в діяльності організацій.

Коротка анотація дисципліни (загальна характеристика, особливості, переваги).

Структуру та зміст курсу побудовано на основі узагальнення реальної практики управління провідними підприємствами. Опановуючи курс, здобувач вищої освіти має усвідомити сучасну методологію та інструментарій інформаційних кампаній в маркетингу. Інформаційні кампанії здатні ламати стереотипи, рятувати життя, вирішувати соціальні проблеми, захищати права людей та творити соціальні зміни. Зазвичай, кожна організація має комунікаційну стратегію, яка підтримує поточну діяльність чи довгострокові завдання. А ось інформаційна кампанія спрямована на зміну ставлення чи поведінки – за допомогою комплексної цілеспрямованої інформаційної діяльності, включаючи різні інструменти. Інформаційні кампанії в маркетингу є конкретною методологічною дисципліною, яка ґрунтується на матеріалах інших економічних дисциплін і значною мірою узагальнює здобуті студентами знання.

Вивчення даної дисципліни дає можливість здобувачу вищої освіти:

знати:

- сутність, класифікацію інформаційних кампаній;
- процес їх планування, організації та проведення;
- методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній;
- подієву комунікацію;
- механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії;
- їх роль у формуванні іміджу організації;
- внутрікорпоративні інформаційні кампанії;
- інформаційні кампанії в економічній, соціокультурній, політичній та міжнародній сферах тощо.

вміти:

- формувати ефективні PR-комунікації;
- складати програми та плани інформаційних кампаній;
- виконувати посадові функції спеціалістів, задіяних в інформаційних кампаніях;
- формувати та створювати ідею PR-подій;
- оцінювати якість комунікаційного креативна;
- створювати та розробляти власні PR-кампанії.

Мета та основні задачі дисципліни.

Метою викладення дисципліни «Інформаційні кампанії в маркетингу» є розуміння теоретичних засад, сутності та специфіки розробки, організації й впровадження інформаційних кампаній в маркетингу, а також оцінювання їх ефективності.

Предметом вивчення дисципліни «Інформаційні кампанії в маркетингу» є закони і принципи розвитку інформаційного бізнесу, управлінські рішення щодо організації та економіки кампаній.

Основними завданнями, що мають бути вирішені в процесі викладення курсу, є надання здобувачам вищої освіти:

- засвоєння знань щодо теоретико-методичних засад організації підприємництва та його особливостями в інформаційній сфері економіки;
- засвоєння знань щодо основних принципів обґрунтування результатів аналізу бізнес-процесів на підприємстві та проведення інформаційної діяльності на підприємстві;
- опанування практичних навичок обґрунтування доцільності створення тієї чи іншої організаційної форми інформаційного бізнесу;
- опанування практичних навичок застосування програмних продуктів, визначення вартості консультаційних послуг;
- отримання практичних навичок щодо оцінки ефективності діяльності інформаційних кампаній.

Компетентність, що забезпечує. Вивчення дисципліни забезпечує формування у фахівців компетентності щодо базових принципів, основних категорій, сучасних концепцій, теоретичних положень і практичних методів управління основною діяльністю організацій та умінь розроблення сучасної концепції інформаційних кампаній, умов, механізмів та інструментів її використання для забезпечення ефективної діяльності та задоволення потреб споживачів, а також формування здатностей:

- проведення досліджень на відповідному рівні;
- шукати, обробляти, аналізувати та інтерпретувати інформацію з різних джерел;
- визначати, формулювати і вирішувати проблеми;
- демонструвати розуміння особливостей та умінь проведення досліджень, пов'язаних зі специфікою предметної області маркетингу;
- розуміння функціонування і використання сучасних інформаційних систем підтримки маркетингових управлінських рішень та розроблення рекомендацій щодо підвищення їх ефективності.

Результати навчання. За результатами вивчення курсу здобувачі вищої освіти можуть збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію; використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію; організувати консультування щодо розробки, впровадження та використання програмних продуктів.

Структура курсу

Змістовий модуль 1. «Теоретико-практичні аспекти планування та проведення інформаційних кампаній»

Лекції:

- Тема 1. Інформаційні кампанії як інструмент системи зв'язків з громадськістю.
- Тема 2. Планування, організація та проведення інформаційних кампаній.
- Тема 3. Громадська думка як об'єкт інформаційних кампаній.
- Тема 4. Методи впливу на громадськість в процесі проведення інформаційних кампаній. Вербальна і невербальна комунікації інформаційних кампаній.
- Тема 5. Подієва комунікація інформаційних кампаній.

Практичні заняття:

- Тема 1. Стратегія комунікаційної кампанії.
- Тема 2. Партнерства.
- Тема 3. Промо-план.
- Тема 4. Правила ефективних комунікаційних кампаній.

Змістовий модуль 2. «Канали здійснення та роль інформаційних кампаній в маркетингу»

Лекції:

- Тема 6. Механізм взаємодії із засобами масової інформації в процесі розробки інформаційної кампанії.
- Тема 7. Роль інформаційних кампаній у формуванні іміджу організації.
- Тема 8. Внутрішні корпоративні інформаційні кампанії.
- Тема 9. Міжнародні інформаційні кампанії.

Практичні заняття:

Тема 5. Планування ефективної інформаційної кампанії.

Тема 6. Ефективні інструменти комунікаційної кампанії на соціально важливі теми.

Тема 7. Створення соціальної інформаційної кампанії.

Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу.

Система оцінювання – оцінювання проводиться за 100-бальною шкалою. Бали нараховуються за наступним співвідношенням: **модуль 1** – 50 % семестрової оцінки; **модуль 2** – 50 % семестрової оцінки.

Інформаційні ресурси

Бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Бібліотека ім. В.Г. Короленко. URL: <http://korolenko.kharkov.com/>

Бібліотека ХНТУСГ. URL: <https://library.khntusg.com.ua/>

Електронна бібліотека. URL: <http://lib.meta.ua/>

Студентська електронна бібліотека URL: <http://www.lib.ua-ru.net/>

Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>