

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет філології

Кафедра журналістики

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингові комунікації

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Освітня програма «Журналістика і медіакомунікація»

Спеціальність С7 «Журналістика»

Галузь знань С «Соціальні науки, журналістика,
інформація та міжнародні відносини»

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 6 від «18» грудня 2025 р.

м. Івано-Франківськ – 2025

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетингові комунікації
Викладач (-і)	Марчук Наталія Василівна, кандидат політичних наук, доцент
Контактний телефон викладача	(0342) 59-60-42
Е-mail викладача	nataliia.marchuk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС (90 годин)
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Вівторок, 13.00-17.00

2. Анотація до навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетингові комунікації» спрямована на формування у магістрів журналістики системного розуміння сучасних маркетингових комунікацій як ключового інструменту управління медіапродуктами, просування медіаконтенту, брендів ЗМІ та медіаплатформ у конкурентному інформаційному просторі.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни

Метою навчального курсу «Маркетингові комунікації» є формування у студентів-журналістів системи знань про сутність і зміст маркетингу як філософію підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

Цілі:

1. вивчення теоретичних понять категорій маркетингу його класифікації і характеристик, а також сучасних тенденцій у цій галузі знань;
2. опанування методологічним апаратом організації з метою набуття вмінь і навичок визначення конкурентоспроможності товару, підвищення ефективності організації та контролю маркетингової діяльності на медіапідприємствах;
3. виховання здатності до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової товарної та цінової політики, політики продажу та просування на медіапідприємствах;

4. панування комунікативних інструментів в системі маркетингу.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Компетентності

Загальні та фахові компетентності, якими повинен оволодіти чи які може удосконалити студент у результаті вивчення дисципліни:

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК03. Здатність приймати ефективні рішення у сфері журналістики.

СК05. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки з питань журналістики, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються.

Програмні результати навчання

РН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних чи суперечливих інформації та вимог.

РН03. Проводити збір, інтегрований аналіз та узагальнення матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи дослідження.

РН12. Розробляти та реалізовувати інноваційні та дослідницькі проекти у сфері журналістики з урахуванням правових, соціальних, економічних та етичних аспектів.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	12
семінарські заняття / практичні / лабораторні	18
самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
1	С7 «Журналістика»	1	Вибіркова

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	кількість год.		
	лекції	заняття	сам. роб
Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасні концепції	2	2	5
Тема 2. Формування маркетингової інформаційної системи на основі проведення маркетингових досліджень	2	2	10
Тема 3. Вивчення потреб і поведінки споживачів та вибір цільових сегментів	2	4	5
Тема 4. Товар, ціна і розповсюдження у комплексі маркетингу	2	2	10
Тема 5. Типологія маркетингових досліджень в медіасфері.	2	4	10
Тема 6. Розробка ідентичності, позиціонування й платформи медіабрендингу	2	4	20
Загальна	12	18	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання	Поточне опитування, тестування та самостійна робота - 55 балів.
-----------------------------	---

навчальної дисципліни	Контрольна робота – 15 балів. Індивідуальне завдання – 10 балів. Підсумкова письмова робота (залік) – 20 балів. Загальна кількість – 100 балів.
Вимоги до письмових робіт	Письмовий контроль у вигляді контрольної роботи, виконання індивідуальних завдань, реферату, тестування. Виконання письмової роботи передбачає: 1) повторення здобувачами лекційного матеріалу та отриманих знань при підготовці та проведенні семінарських занять, самостійного опрацювання рекомендованої літератури з питань, що виносяться на модульний контроль; 2) написання письмової контрольної роботи є обов'язковим для виставлення підсумкової оцінки. У випадку, якщо студент не написав контрольну роботу, він вважається таким, що не виконав усіх видів робіт, що передбачаються з даної дисципліни.
Практичні заняття	Відвідування та активна участь студентів у роботі практичних занять також є обов'язковою умовою успішного складання курсу. Пропонуються наступні форми роботи на заняттях: виступ, опонування, рецензія, участь у дискусії. На практичних заняттях оцінці підлягають: рівень знань, продемонстрований у виступах, активність при обговоренні питань, відповіді на питання експрес-контролю тощо. Робота на практичному занятті оцінюється за 5-бальною шкалою в залежності від повноти відповіді студента.
Умови допуску до підсумкового контролю	Здобувач допускається до підсумкового контролю за умови виконання всіх видів роботи, передбачених програмою навчальної дисципліни. Належне виконання: 1) змісту питань планів практичних занять. Для цього необхідно готувати конспекти практичних занять. Вітається якісна підготовка візуалізованих презентацій

	<p>для відповідей;</p> <p>2) індивідуальної роботи;</p> <p>3) підсумкової контрольної роботи;</p> <p>4) проходження запропонованих курсів із неформальної освіти.</p> <p>Для отримання допуску до підсумкового контролю студенту необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.</p>
Підсумковий контроль	<p>Форма контролю (залік).</p> <p>Форма здачі (комбінована).</p>

7. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність: Політика курсу базується на гуманістичній освітній парадигмі, суть якої полягає у повазі до особистості студента, у праві й можливості майбутнього фахівця самостійно обирати спосіб засвоєння навчального матеріалу, використовувати нові методи, прийоми і засоби педагогічної діяльності; на навчанні у співробітництві, тобто спільній із викладачем діяльності; на плюралізмі як важливій основі розвитку інтелектуальних здібностей студентів, розвитку їхнього критичного мислення. Будь-які форми порушення академічної доброчесності не толеруються. Списування під час контрольних модульних робіт та екзамену заборонені (в т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Дотримання академічної доброчесності регулюється Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (<http://surl.li/dhrfg>) та Кодексом честі університету (<http://surl.li/emmg1>).

Відвідування занять :

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій за наявності поважних причин або індивідуального графіку навчан. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях.

Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положенням про порядок організації та проведення

оцінювання успішності здобувачів вищої освіти Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника (введено в дію наказом ректора №309 від 19.05.2023 р.).

Покликання: <http://surl.li/kedzc>

Для отримання допуску до підсумкового контролю студентів необхідно отримати мінімум 25 балів за семінарські заняття чи завдання самостійної роботи.

Неформальна освіта: Можливе зарахування результатів неформальної освіти у відповідності з Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти: Положенням про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника (Редакція 3) (введено в дію наказом ректора № 672 від 24.11.2022 р.) <http://surl.li/uviaks>

Під час навчання студентам пропонується проходження додаткових курсів на платформах Prometheus, ВУМonline та Coursera за відповідних предметним спрямуванням:

1. [Управління компанією майбутнього | Coursera](#)
2. [Organizational Leadership Specialization \[6 courses\] \(NWU\) | Coursera](#)
3. Корпоративна стратегія <https://www.coursera.org/learn/corporatestrategy>
4. Камінь організаційного лідерства <https://www.coursera.org/learn/leadership-capstone?specialization=organizational-leadership>
5. [Як почати власну справу в часи невизначеності: покроковий гайд від ТОП-підприємців України \(prometheus.org.ua\)](#)

8. Рекомендована література

1. Сайт дистанційного навчання. URL : <http://www.d-learn.pu.if.ua/>
2. Marchuk, H., Prystai, G., Khorob, S., Marchuk, N., & Shoturma, N. The System of Media Critics in the Journalistic Environment in Postmodern Conditions. *Postmodern Openings*, 12(1), 141-151. <https://doi.org/10.18662/po/12.1/251>
3. Алан Б. Альбарран Менеджмент електронних ЗМІ. - К.: Наука, 2009.
4. Вей У. Організаційно-економічні аспекти діяльності редакції друкованого засобу масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2020>
5. Вольф Шнайдер, Пауль-Йозеф Рауе Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. — 358 с.
6. Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності. Навчальний посібник.– Київ: ДУТ, 2019. – 146 с. - [Електронний ресурс]. Режим доступу [-http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_796_67558907.pdf)
7. Журналістика та медіа: довідник // За ред. Вайшенберга З., Кляйнштойберга Г. та ін. – К., 2011. – 529 с.
8. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями. – К.: КУЛ; КноРус, 2003. – 381 с.
9. Корпоративні медіа як новітній різновид ЗМІ // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія Журналістика. — К., 2014.
10. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту. Підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Академ-видав. 2003. – 416 с.
11. Маркетингова товарна політика : підручник / Н.О. Криковцева, Л.Г. Саркісян, О.Ю. Біленький, Н.В. Кортельова ; за ред. Н.О. Криковцевої. – К. : Знання, 2012.
12. Майовець, Є. Маркетинг: теорія та методологія [Текст]: навч. посібник / Євген Майовець. – Львів : ЛНУ, 2015. – 450 с.
13. Осовська Г.В. Основи менеджменту: Підручник. Видання 3-є, перероблене і доповнене / Г.В. Осовська, О.А. Осовський. – К.: «Кондор», 2006. – 664 с.
14. Ортинська В.В. Маркетингові дослідження : підручник / В.В. Ортинська, О.М. Мельникович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 455 с.
15. Парсяк, В. Н. Маркетинг : сучасна концепція та технології [Текст]: підручник/ Володимир Никифорович Парсяк. – Рек. МОН. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 326 с.
16. Попова Н.В. Маркетинг : підручник / Н.В. Попова. – Харків : В справі, 2016. – 298 с.
17. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник. – К.: Ельга, Ніка -Центр, 2003. – 280 с. – URL:

http://knutd.com.ua/publications/pdf/Visnyk/2013-5/379_388.pdf

<http://www.info-library.com.ua/bookstext-5541.html>

18. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – 180 с.

19. Хіт Р. Кризовий менеджмент для керівників. – К.: Наукова думка, 2002. – 566 с.

20. Чан Кім В., Рене Моборн Стратегія блакитного океану : книга. Харків : Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2019. 270 с.

Інформаційні ресурси :

<https://detector.media>

<https://www.aup.com.ua/>

<https://irrp.org.ua/>

<https://internews.ua/>

<https://imi.org.ua>

<http://www.telekritika.ua>

<http://www.mediakrytyka.info>

<https://mmr.ua/>

Наталія МАРЧУК,
доцентка кафедри журналістики