Структурний підрозділ
«Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну»
Вищого навчального закладу
«Київська Академія прикладних мистецтв

Силабус курсу

<table>
<tr><th colspan="2">Основні характеристики</th></tr>
<tr><td>Назва українською мовою</td><td>Маркетинг та реклама</td></tr>
<tr><td>Назва англійською мовою</td><td>Marketing and advertising</td></tr>
<tr><td>Код</td><td>ВК 1.1 / ВК 1.2</td></tr>
<tr><td>Спеціальність</td><td>022 Дизайн</td></tr>
<tr><td>Освітня програма</td><td>Графічний дизайн</td></tr>
<tr><td>Рівень освіти</td><td>Рівень фахової передвищої освіти, 5 рівень НРК</td></tr>
<tr><td>Рік навчання</td><td>2024–2025</td></tr>
<tr><td>Форма навчання</td><td>денна</td></tr>
<tr><td>Кількість годин / кредитів ECTS</td><td>90/3</td></tr>
<tr><td>Розподіл годин за видами занять (на осн. повн. заг. серед. освіти / базов. заг. серед. освіти)</td><td>
<table>
<tr><td></td><td>Теоретичні заняття</td><td>Лабораторн. занят.</td><td>Самос. роботи</td><td>Всього</td></tr>
<tr><td>Години</td><td>30</td><td>30</td><td>30</td><td>90</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Контрольні заходи</td><td>
<table>
<tr><td>Екзамен</td><td>Залік</td><td>МКР (вказати кількість)</td><td>РГР, РР, ГР (вказати кількість)</td><td>ДКР (вказати кількість)</td><td>Реферат (вказати кількість)</td></tr>
<tr><td></td><td>+</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>Статус дисципліни / кредитного модуля</td><td>вибірковий</td></tr>
<tr><td>Мова викладання</td><td>українська</td></tr>
<tr><th colspan="2">Кадрове забезпечення</th></tr>
<tr><td>Кафедра, що забезпечує викладання</td><td>кафедра гуманітарних та соціально-економічних дисциплін</td></tr>
<tr><td>Викладач (лекційні заняття)</td><td>к.е.н., доцент Пахота Наталія Вікторівна</td></tr>
<tr><td>E-mail та інші контакти викладача</td><td>tatkanvo@ukr.net</td></tr>
<tr><td>Викладач (практичні / лабораторні заняття)</td><td>к.е.н., доцент Пахота Наталія Вікторівна</td></tr>
</table>

E-mail та інші контакти викладача	tatkanvo@ukr.net
Цілі та предметні результати навчання	
Цілі дисципліни	Цілі дисципліни «Маркетинг та реклама» полягають у формуванні знань, навичок і компетенцій, необхідних для ефективного просування товарів, послуг або брендів. Надати здобувачам освіти знання щодо суті, основних принципів та функцій маркетингу, форм й методів вітчизняного та світового досвіду маркетингової та рекламної діяльності.
Компетентності	**ЗК2** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. **ЗК3** Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. **ЗК5** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. **ЗК7** Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. **ЗК8** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями і уміннями в галузі дизайну, розуміти предметну галузь та сфери професійної діяльності, застосовувати набуті знання у практичних ситуаціях. ***ЗК10*.*** *Здатність до володіння культурою мислення, узагальнення, аналізу, сприйняття інформації, визначення мети та завдань власної діяльності і забезпечення їх ефективного виконання.* ***ЗК11*.*** *Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.*
Здатності	**СК 8** Здатність здійснювати міжособистісну, соціальну та професійну комунікацію в процесі виконання професійних завдань. **СК 9** Здатність проявляти ініціативу та креативні підприємницькі навички. **СК 11** Здатність до професійного просування власних творчих компетентностей на ринку праці. **СК 12** Здатність презентувати результати власної та/або командної творчої діяльності, у тому числі продукт дизайну перед різними аудиторіями.
Результати навчання	**РН 2** Діяти на основі етичних принципів, правових і безпекових норм у професійній діяльності з урахуванням культурних, релігійних, етнічних відмінностей та національних особливостей. **РН 6** Застосовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології для пошуку та аналізу необхідної інформації у вирішенні практичних проблем. **РН 14** Працювати автономно та/або в команді. **РН 17** Презентувати власні професійні компетентності, створені об'єкти (продукти) або їх елементи в професійному середовищі, перед клієнтами, користувачами та споживачами, враховуючи тенденції ринку праці у сфері дизайну. **РН 18** Забезпечувати навчання персоналу (та учнів) з питань оволодіння сучасними знаннями, уміннями та техніками виконання дизайнерських робіт.

Вимоги до підготовки слухачів (міждисциплінарні зв'язки, що передують вивченню дисципліни)	ОК32.Економіка та організація діяльності		
Зміст дисципліни (перелік тем) (на осн. повн. заг. серед. освіти / базов. заг. серед. освіти)	**4 / 6семестр** Тема 1. Зміст і сутність маркетингу. Основні терміни та поняття. Історія виникнення. Тема 2. Маркетингова політика комунікацій. Тема 3. Реклама як мистецтво маніпуляції свідомості споживача. Тема 4. Соціальна реклама в світі та Україні. Тема 5. Комерціна та креативна реклама. Тема 6. Психологія в дизайні реклами.		
	Тема 7. Антиреклама та вірусний маркетинг. Тема 8. Психологічні основи реклами. Тема 9. Поняття інфобізнесу та іфноциганства. Тема 10. Правові засади рекламної діялтності		
Дидактичні методи *(вказати за всіма видами занять)*			
На лекційних заняттях	лекція, пояснення, презентація		
На практичних заняттях	1) методи проблемного навчання (проблемний виклад, частково-пошуковий і дослідницький метод, дискусія); 2) інформаційно-комунікаційні технології, що забезпечують проблемно-дослідницький характер процесу навчання та активізацію самостійної роботи студентів (електронні презентації для практичних занять).		
Література основна	1.Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства: Підручник. Київ: Центр навчальної літератури (ЦНЛ), 2019. 612 с. 2. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Маркетинг: навчальний посібник. Вид. 3-є, доп. і перероб. Вінниця: Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. 362 с. 3. Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг: підруч. Львів: Українська академія друкарства, 2020. 352 с. 4.Слободяник А. М., Могилевська О. Ю., Романова Л. В., Салькова І. Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с. Всього основної літератури: 8		
Література додаткова	Додаткова література: 12 Електронні інформаційні ресурси: 10		
Технічне забезпечення	Microsoft Office Word, Microsoft PowerPoint, будь яке програмне забезпечення для виконання практичного завдання (за бажанням студента)		
Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
100-90	A	відмінно	зараховано
89-82	B	дуже добре	

82-75	C	добре	
74-65	D	задовільно	
64-50	E	достатньо	
49-35	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано
35-0	X	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	

Політика курсу	
Правила взаємодії	Дотримання положень «Кодексу академічної доброчесності Структурного підрозділу «Міжнародний фаховий коледж моди і дизайну» ВНЗ «Київська Академія прикладних мистецтв» Практичні роботи кожний студент виконує самостійно. У разі виявлення схожості робіт така діяльність буде вважатися порушенням академічної доброчесності згідно з принципами щодо академічної доброчесності.
Додаткова інформація	Навчальні плани Робоча навчальна програма з дисципліни