



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Психологія маркетингу та реклами»**

<b>Спеціальність</b>	053 «Психологія»	
<b>Освітня програма</b>	Психологія бізнесу	
<b>Освітній рівень</b>	Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти	
<b>Статус дисципліни</b>	Вибіркова	
<b>Мова викладання, навчання та оцінювання</b>	Українська	
<b>Курс / семестр</b>	2 курс 3 семестр або 2 курс 4 семестр, або 3 курс 5 семестр, або 3 курс 6 семестр, або 4 курс 7 семестр, або 4 курс 8 семестр	
<b>Кількість кредитів ЄКТС</b>	5 кредитів	
<b>Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять</b>	Лекції – 24 год.	
	Практичні (семінарські) – 24 год.	
	Лабораторні – 0 год.	
	Самостійна робота – 102 год.	
<b>Форма семестрового контролю</b>	Екзамен	
<b>Кафедра</b>	Кафедра соціальної економіки, ауд. 217 головного корпусу, телефон: (057) 702-12-87, сайт кафедри: <a href="http://se.hneu.edu.ua">http://se.hneu.edu.ua</a>	
<b>Викладач (-і)</b>	Білоконенко Ганна Володимирівна, к.е.н., доцент	
<b>Контактна інформація викладача (-ів)</b>	<a href="mailto:Hanna.Bilokonenko@hneu.net">Hanna.Bilokonenko@hneu.net</a>	
<b>Дні навчальних занять</b>	Лекція: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a> Практичні: <a href="#">згідно діючого розкладу занять</a>	
<b>Консультації</b>	На кафедрі соціальної економіки, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС	
<p align="center"><b>Мета навчальної дисципліни:</b> є формування у студентів компетентності щодо визначення психологічного впливу маркетингу та реклами на цільову аудиторію та формування практичних навичок застосування психологічних прийомів впливу на поведінку споживачів в процесі використання різних маркетингових інструментів.</p>		
<b>Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:</b>		
<b>Пререквізити</b>		<b>Постреквізити</b>
-		-
-		-
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>		
Змістовий модуль 1. <i>Основи психології маркетингу та реклами</i>		
Тема 1. Психологічні процеси взаємодії у системі маркетингових комунікацій у просуванні товарів/послуг/брендів на ринку.		
Тема 2. Прикладні проблеми психології маркетингу та реклами.		
Тема 3. Психологічні основи споживчої поведінки, психологічні методи її дослідження.		
Тема 4. Психологія маркетингу та реклами для різних цільових і вікових груп.		
Змістовий модуль 2. <i>Психологічні прийоми та маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів</i>		
Тема 5. Основні психологічні прийоми в маркетингу і рекламі. Свідоме та несвідоме в практиці просування товарів/послуг/брендів на ринку.		
Тема 6. Психологія світла, кольору в маркетингу та рекламі.		
Тема 7. Формальні та змістовні аспекти оформлення рекламного повідомлення.		
Тема 8. Вимір впливу реклами на поведінку споживачів.		
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b>		
Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім.С.Кузнеця, ZOOM		
<b>Форми та методи оцінювання</b>		
Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів		



навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів (максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє студенту скласти іспит – 35 балів).

Підсумковий контроль результатів навчання у студентів здійснюється на підставі проведення семестрового екзамену. Результат семестрового екзамену оцінюється в балах (максимальна кількість – 40 балів, мінімальна кількість, що зараховується, – 25 балів). Студента слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60. Мінімумально можлива кількість балів за поточний і модульний контроль упродовж семестру – 35 та мінімумально можлива кількість балів, набраних на екзамені – 25.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: завдання за темами; ділові ігри, поточні контрольні роботи; есе; творчі завдання.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

#### **Політики навчальної дисципліни**

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування, обман, хабарництво, необ'єктивне оцінювання. За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти притягуються до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання відповідного виду навчальної роботи

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм та методів оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни.***