



**Силабус навчальної дисципліни**  
**«Психологічні аспекти маркетингу і реклами»**

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг
Освітній рівень	Третій (освітньо-науковий) рівень
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	1 рік аспірантури, 1 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	Кількість кредитів за навчальним планом 5
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 16 год. Практичні (семінарські) – 24 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Кафедра	Маркетингу, м. Харків, просп. Науки 9а, 1 корпус, 4 пов., кімн. 413, +38 (057) 702-02-65 (3-66), <a href="http://www.eim.hneu.edu.ua">http://www.eim.hneu.edu.ua</a>
Викладач (-і)	Притиченко Тамара Іванівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:tamivpri@gmail.com">tamivpri@gmail.com</a> <a href="mailto:Tamara.Prytychenko@hneu.net">Tamara.Prytychenko@hneu.net</a>
Дні занять	Лекція: згідно діючого розкладу <a href="http://rozklad.hneu.edu.ua/schedule/schedule?employee=422776">http://rozklad.hneu.edu.ua/schedule/schedule?employee=422776</a> Практичні заняття: згідно діючого розкладу
Консультації	Очні / дистанційні; відповідно до графіку / за домовленістю з ініціативи здобувача; індивідуальні / групові
<b>Мета навчальної дисципліни</b>	
Метою викладання навчальної дисципліни є формування у здобувачів 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	
<b>Передумови для навчання</b>	
Перелік попередньо прослуханих дисциплін: «Маркетинг», «Стратегічний маркетинг», «Маркетингові комунікації», «Маркетингове ціноутворення», «Поведінка споживача», «Маркетингові дослідження», «Рекламний менеджмент	
<b>Зміст навчальної дисципліни</b>	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи психології маркетингу і реклами</b>	
Тема 1. Основи психології маркетингу і реклами.	
Тема 2. Психологічні основи поведінки споживачів та впливу маркетингу і реклами.	
Тема 3. Маркетингова політика та психологічні прийоми впливу на споживача, що використовуються в процесі її розробки та реалізації.	
<b>Змістовий модуль 2. Психологія рекламного повідомлення та етичні питання комунікації зі споживачами</b>	
Тема 4. Моделі впливу реклами на споживача.	
Тема 5. Формальні та змістові аспекти оформлення реклами.	
Тема 6. Етика маркетингу та реклами	
<b>Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни</b> ноутбук та мультимедійний проектор	



**Сторінка курсу на платформі Moodle (персональна навчальна система)**

*Містить робочу програму навчальної дисципліни, робочий план (технологічну карту); презентації лекцій, завдання для практичних занять та методичні рекомендації до їх виконання, завдання для самостійної роботи здобувачів, додаткові матеріали*

**Система оцінювання результатів навчання**

*Система оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів освіти враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни передбачають лекційні, семінарські, практичні заняття, а також виконання самостійної роботи. Оцінювання сформованих компетентностей у здобувачів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою.*

*Оцінювання протягом семестру проводиться у формі оцінювання виконання завдань на практичних та семінарських заняттях; оцінювання виконання творчого дослідницького завдання, написання контрольних робіт, складання комплексного модульного контролю у формі колоквиуму. Всі роботи повинні бути виконані самостійно. Виконані завдання, схожі між собою, будуть відхилені.*

*Оцінка здобувача формується таким чином:*

*оцінювання виконання завдань на практичних заняттях – максимально 30 балів (5 балів за практичні заняття з кожної теми – 6х5);*

*оцінювання індивідуального дослідницького завдання – максимально 20 балів. Оцінка роботи здійснюється на основі підготовленої здобувачем презентації за результатами досліджень. Якщо робота захищається несвоєчасно залікова кількість балів зменшується на 50%;*

*написання 2 письмових контрольних робіт – максимально 20 балів (по 10 балів за кожену); складання комплексного модульного контролю – два колоквиума, максимально 30 балів (по 15 балів за кожний).*

*В особливих ситуаціях робота протягом семестру може бути виконана дистанційно: (за допомогою платформи Moodle).*

*Практичні завдання передбачають вирішення типових професійних завдань науковця-дослідника та дозволяють діагностувати рівень підготовки і компетентності здобувача з навчальної дисципліни.*

*Здобувача слід вважати атестованим, якщо сума балів, одержаних за результатами підсумкової/семестрової перевірки успішності, дорівнює або перевищує 60.*

*Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується на основі балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою. Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.*

*Більш детальна інформація щодо оцінювання 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 оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни***