

ВК6 – вибіркова дисципліна

Назва дисципліни	<i>Психологія маркетингу та реклами (ВК6)</i>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Курс (рік) навчання	2
Семестр	3
Обсяг дисципліни у кредитах*	4 кредити ЄКТС
Мова викладання	українська
Передумови для вивчення дисципліни	немає
Кафедра, яка забезпечує викладання дисципліни	бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
Інформаційне забезпечення	НМК з дисципліни (робоча програма, методичні рекомендації...), підручники, навчальні посібники, монографії, словники, енциклопедії, наукові статті, електронні ресурси.
Форма проведення занять	лекційні та практичні
Форма семестрового контролю	залік

Ключові результати навчання (знання, уміння та інші компетентності):

Мета вивчення навчальної дисципліни «Психологія маркетингу та реклами» – надання здобувачам вищої освіти теоретичних знань та практичних навичок щодо основ психології маркетингу та реклами, практичних навичок застосування психологічних теорій та методів впливу різних маркетингових інструментів.

Основні завдання навчальної дисципліни «Психологія маркетингу та реклами» – формування у здобувачів вищої освіти системи знань психологічних теорій та методів впливу різних маркетингових інструментів, набуття навичок створення рекламного повідомлення в розрізі формальних та змістовних аспектів; оволодіння знаннями щодо психологічних основ поведінки споживачів; здійснювати психологічний та психотехнічний аналіз реклами, визначати психологічну ефективність реклами.

У результаті вивчення дисципліни студент зможе знати та вміти:

- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта;
- планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності;
- використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу;
- розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень;
- збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення;
- застосовувати знання з охорони праці, цивільного захисту при розробці критеріїв прийняття і реалізації управлінських рішень з використанням відповідних методів і принципів у сфері професійної діяльності;
- вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

Короткий зміст дисципліни (що буде вивчатися, перелік тем):

Тема 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами.

Тема 2. Психотехнології в рекламній діяльності.

Тема 3. Психологія мотивації у маркетингові і рекламі.

Тема 4. Роль психологічних та соціальних процесів у формуванні рекламних образів.

Тема 5. Психологічні особливості впливу маркетингу і реклами.

Тема 6. Проблеми психологічної ефективності маркетингу і реклами.

Тема 7. Соціально-культурні проблеми маркетингової і рекламної діяльності.

Тема 8. Хай-тек і хай-хюм комунікації в рекламній діяльності.

Тема 9. Оцінка ефективності рекламної діяльності.