

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«ПСИХОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ»

| | |
|---|---|
| Рівень вищої освіти | Другий (магістерський) рівень |
| Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми | 075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг |
| Статус навчальної дисципліни | Обов'язкова навчальна дисципліна |
| Курс, семестр | 2 курс, 3 семестр. |
| Трудомісткість | Загальна кількість годин – 135 год. Кількість кредитів – 4,5. |
| Мова(и) викладання | державна |
| ННІ кафедра | Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу |
| Контактні дані розробника(ів) |  <p>Викладач: Даниленко Вікторія, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) viktoriiia.danylenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna</p> |
| Мета вивчення навчальної дисципліни | надання здобувачам вищої освіти теоретичних знань з основ психології маркетингу і реклами, практичних навичок застосування психологічних теорій та методів впливу різних маркетингових інструментів. |
| Компетентності | <p><i>загальні:</i></p> <p>ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.</p> <p><i>фахові:</i></p> <p>ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу.</p> <p>ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетенції з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних</p> |

| | |
|--|--|
| | моделей та управління їх використанням через бренд-сайти. |
| Результати навчання | ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. |
| Методи навчання | <p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод, «Мозковий штурм».</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p> |
| Програма навчальної дисципліни | <p>Тема 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами.</p> <p>Тема 2. Психологічні механізми впливу реклами на споживача.</p> <p>Тема 3. Психологічні аспекти прийняття рішень в сфері реклами.</p> <p>Тема 4. Психотехнології маркетингу та реклами.</p> <p>Тема 5. Психологія пропаганди й реклами у засобах масової інформації.</p> <p>Тема 6. Рекламні комунікації: визначення, практичне застосування, цілі, ефекти.</p> <p>Тема 7. Психологічні проблеми рекламної діяльності з погляду культури й суспільства.</p> <p>Тема 8. Психологічна ефективність реклами.</p> |
| Стратегія оцінювання результатів навчання | <p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання практичних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації.</p> <p>Форма семестрового контролю – екзамен.</p> |
| Політика навчальної дисципліни | <p>1. Академічна доброчесність</p> <p>Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання на джерела інформації у разі використання ідей,</p> |

розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

2. Академічна мобільність

Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

3. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.

4. Дедлайни та перескладання

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)

Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Інтернет-маркетинг», «Маркетинговий аналіз», «Логістичний менеджмент», «Управління маркетингом в аграрних підприємствах», «HR-маркетинг».

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)

Презентації, відеоролики

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Психологія маркетингу та реклами: методичні вказівки до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з дисципліни для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання Спеціальності 053 Психологія / Укладач Б. В. Барчі. Мукачєво: МДУ, 2022. 56с.
2. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
3. Балабанова Л. В, Юзик Л. О. Рекламний менеджмент : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2017. 366 с.

4. Діброва Т. Г., Солнцев С. О., Бажеріна К. В. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 300 с.
5. Король І.В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посіб. уклад. І.В. Король. Умань: Візаві, 2018. 191 с.
6. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К. : МАУП, 2017. 104 с.
7. Татьянчиков А. О. Психологія Public Relations: навчально-методичні рекомендації (в допомогу до самостійної роботи для здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра факультету психології, політології та соціології) ; кафедра психології НУ «Одеська юридична академія». Одеса : Фенікс, 2021. 36 с.
8. Чалдині Р. Психологія впливу. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 352 с.
9. Краут Д., Райс Е. Маркетингові війни. К.: В-во «Фабула», 2019. 240 с.
10. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
11. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
12. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Даниленко В. І., Майборода О.В., Шульга Л.В. Перший посібник з таргетингу : навч. посібник. Полтава : «Астроя», 2023. 128 с.

Допоміжні

1. Yasnolob, I. Tetyana Chaуka, Tetiana Diadyk, Alla Rudych, Oleksandr Bezkrоvnyi, Viktoriia Danylenko, Lyudmyla Shulga, Alla Svitlychna (2019) Human Factor in the Creation and Development of Energy Independent and Energy Efficient Rural Settlements. Journal of Environmental Management and Tourism, (Volume X, Fall), 5(37): 1029 – 1036. DOI:10.14505/jemt.v10.5(37).10. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/4005>.
2. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. THE AGRI-FOOD MARKET CONJUNCTURE UNDER THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONAL: ECONOMIC, MARKETING, ENVIRONMENTAL COMPONENTS. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. Collective monograph. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108 <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439>
3. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, THE ECONATURAL, ECONOMIC AND MARKETING POTENTIAL OF THE ORGANIC PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE WORLD. Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021. P.
4. Yasnolob, I. et al. (2021). Conceptual Bases of Business Activities' Management Grounded on Sustainable Development and Energy Self-Sufficiency of United Territorial Communities in the Context of the European Green Deal Implementation in Ukraine. Journal of Environmental Management and Tourism, (Volume XII, Winter), 7(55): 1839-1850. DOI:10.14505/jemt.v12.7(55). <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6577>.
5. Даниленко В.І., Боровик Т.В. Калюжна Ю.П. Ціноутворення

та логістичні аспекти в основі рекламної діяльності. Науковий погляд: економіка та управління (правонаступник наукового журналу «Вісник Академії митної служби України. Серія: «Економіка»). 2018. №1 (59). С. 96 – 101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamsue_2018_1_15

6. Дядик Т.В., Даниленко В.І. Стратегії та тактики психології маркетингової цінової політики. *Інфраструктура ринку*. 2023. № 70. С. 83-88. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/70-2023>.

7. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Вплив маркетингового ціноутворення на поведінку споживачів. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 184. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 74-79. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1235/1190>

8. Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. Управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. № 186. Дніпро: ПДАБА, 2023. С. 35-39. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1287/1239>

Інформаційні ресурси

1. Реклама, маркетинг, PR, SEO. URL: <http://www.proreklamu.com/>

2. Інтернет-портал «ProPR». URL: <http://propr.com.ua/ru/newspr/ukraine>.

3. Інтернет-портал про маркетинг, рекламу і ПР. URL: <http://sostav.ua/section/advindustry/advcommunications/pr>.

4. Аналітичний медіа портал про рекламний ринок, маркетинг, рекламу і ПР. URL: <https://sostav.ua/>

5. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96%D0%B2%D1%80#Text>

6. Офіційний сайт Всеукраїнської рекламної коаліції. URL: <http://vrk.org.ua/ad-market/>

7. CreativityUA – медіа про креативні індустрії України та світу. URL: <https://creativity.ua/>

8. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

9. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <https://ukc.gov.ua/derzhavne-agentstvo-z-pytan-elektronного-uryaduvannya-rozpochynaye-kampaniyu-trymaj-poradu-vid-susida/>

10. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

11. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>

12. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua

Рік введення

2023