

## Психологія маркетингу та реклами

### **Заплановані результати навчання:**

**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.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** 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.

#### ***Компетентності:***

*загальні:*

ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.

*спеціальні (фахові):*

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.

ФК 10. Здатність виконувати функції HR-маркетолога, впроваджувати сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу.

#### ***Програмні результати навчання:***

ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.

ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації в брендингу, відповідно до змін зовнішнього середовища.

### **Програма навчальної дисципліни**

Тема 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами.

Тема 2. Психотехнології і мотивація у маркетингові і рекламі.

Тема 3. Роль психологічних та соціальних процесів у формуванні рекламних образів.

Тема 4. Психологічні особливості впливу маркетингу і реклами.

Тема 5. Проблеми психологічної ефективності маркетингу і реклами.

Тема 6. Соціально-культурні проблеми маркетингової і рекламної діяльності.

Тема 7. Хай-тек і хай-хіум комунікації в рекламній діяльності.

Тема 8. Оцінка ефективності рекламної діяльності.

**Трудовітність:**

Загальна кількість годин 90 год

Кількість кредитів 3,0

Форма семестрового контролю екзамен