

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 5. Навички міжособистісної взаємодії.

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

фахові:

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.

ФК 11. Здатність застосовувати професійні компетенції з брендингу, формування інноваційних брендів на основі сучасних моделей та управління їх використанням через бренд-сайти.

Програмні результати навчання:

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. Психологічні механізми впливу реклами на споживача.

Тема 3. Психологічні аспекти прийняття рішень в сфері реклами.

Тема 4. Психотехнології маркетингу та реклами.

Тема 5. Психологія пропаганди й реклами у засобах масової інформації.

Тема 6. Рекламні комунікації: визначення, практичне застосування, цілі, ефекти.

Тема 7. Психологічні проблеми рекламної діяльності з погляду культури й суспільства.

Тема 8. Психологічна ефективність реклами.

Трудомісткість:

Загальна кількість годин - 90 год.

Кількість кредитів - 3,0.

Форма семестрового контролю – екзамен.