

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Навчально-науковий інститут економіки,
управління, права та інформаційних технологій

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПСИХОЛОГІЯ МАРКЕТИНГУ ТА РЕКЛАМИ

Освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальність 075 Маркетинг
галузь знань 07 Управління та адміністрування
освітній ступінь магістр

Розробник:
Даниленко Вікторія –
доцент кафедри маркетингу,
к.е.н., доцент



Полтава
2022 р.

Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	Психологія маркетингу та реклами <i>обов'язкова дисципліна загальної підготовки</i>
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Даниленко Вікторія , к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: viktoriiia.danylenko@pdaa.edu.ua тел. 0669089325 сторінка викладача https://www.pdaa.edu.ua/people/danylenko-viktoriya-ivanivna
Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський) рівень</i>
Спеціальність	<i>075 Маркетинг</i>
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	<i>Базові знання з «Брендинг», «Інтернет-маркетинг».</i>

Опис дисципліни

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.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назва тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами.	10	2	2	6
Тема 2. Психологічні механізми впливу реклами на споживача.	10	2	2	6
Тема 3. Психологічні аспекти прийняття рішень в сфері реклами.	12	2	2	8
Тема 4. Психотехнології маркетингу та реклами.	12	2	2	8
Тема 5. Психологія пропаганди й реклами у засобах масової інформації.	12	2	2	8
Тема 6. Рекламні комунікації: визначення, практичне застосування, цілі, ефекти.	12	2	2	8
Тема 7. Психологічні проблеми рекламної діяльності з погляду культури й суспільства.	12	2	2	8
Тема 8. Психологічна ефективність реклами.	10	2	-	8
Усього годин	90	16	14	60

Політика оцінювання

1. Академічна доброчесність:

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); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

2. Дедлайни та перескладання:

Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%). Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

3. Система оцінювання:

Форми контролю результатів навчання

Програмні результати навчання	Форми контролю, максимальна кількість балів						Разом
	Виконання завдань на практичних заняттях	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	Екзамен	
ПРН 8	4	4	6	-	4	5	23
ПРН 9	4	4	6	4	4	5	27
ПРН 15	4	4	6	-	4	5	23
ПРН 18	4	4	6	4	4	5	27
Разом	16	16	24	8	16	20	100

Форма проведення семестрового контролю для здобувачів вищої освіти згідно з робочим та навчальним планом – екзамен.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
0-2	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
0-4	По кожній темі 20 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
2-3	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-1	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
4	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
2-3	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-1	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Шкала оцінювання, балів	Характеристика критерію
5-6	вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-3	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

Шкала та критерії оцінювання екзамену

Вид завдання	Оцінка	Вимоги до знань та умінь здобувачів вищої освіти
Теоретичне	1-5 балів	Свідоме відтворення матеріалу з незначними помилками; дещо порушено логічність та послідовність викладу; недостатньо проявляється самостійність мислення. Відповідь стилістично правильна, містить незначні граматичні помилки.
	5-10 балів	Відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Здобувач показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Професійно-орієнтоване (задача)	1-5 балів	Задача розв'язана не до кінця, відсутні методичні основи розв'язку, є помилки у розрахунку
	5-10 балів	Задача виконана правильно та за усіма показниками, послідовність розрахунку описана стилістично та граматично правильно з використанням професійних термінів, показує здатність студента використовувати професійні компетентності при розв'язанні практичних завдань та показує відмінні знання з визначених результатів навчання по дисципліні
Всього (макс. к-ть балів)	20 балів	

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти						Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	Екзамен	
Тема 1. Загальнотеоретичні аспекти психології маркетингу і реклами.	2	2	3				7
Тема 2. Психологічні механізми впливу реклами на споживача.	2	2	3				7
Тема 3. Психологічні аспекти прийняття рішень в сфері реклами.	2	2	3				7
Тема 4. Психотехнології маркетингу та реклами.	2	2	3				7
Тема 5. Психологія пропаганди й реклами у засобах масової інформації.	2	2	3				7
Тема 6. Рекламні комунікації: визначення, практичне застосування, цілі, ефекти.	2	2	3				7
Тема 7. Психологічні проблеми рекламної діяльності з погляду культури й суспільства.	2	2	3				7

Тема 8. Психологічна ефективність реклами.	2	2	3				7
За будь якою темою на вибір				4	8		12
За будь якою темою на вибір				4	8		12
Екзамен						20	20
Разом	16	16	24	8	16	20	100

Трудовіткість:

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма семестрового контролю – екзамен.

Політика навчальної дисципліни:

Відвідування занять є обов'язковим. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач вищої освіти отримує на занятті 0 балів та зобов'язаний відпрацювати таке заняття.

Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (у т. ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist>.

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.

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.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Презентації.

Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Власов П.К. Психологія в рекламі: монографія. К.: В-во «Гуманитарний центр», 2017. 376 с.
2. Краут Д., Райс Е. Маркетингові війни. К.: В-во «Фабула», 2019. 240 с.
3. Мітлош А.В. Психологія ПР-управління: навчально-методичний посібник. Луцьк: СПД Гадяк Ж.В. «Волиньполіграф», 2016. 67 с.
4. Психологічні особливості сприймання професійного персонального іміджу жінки викладача студентами вищого навчального закладу / Крижановська З.Ю., Мітлош А.В. *Актуальні*

проблеми психології: Зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. К.: Видавництво «Фенікс», 2015. Т. XII. Психологія творчості. Вип. 21. С. 238-246.

Допоміжні

1. Мітлош А.В. Мотиви звернення особистості до соціальних спільнот в мережі Інтернет. *Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (15 травня 2017) / за заг. ред. Л.В. Засекиної, А.В. Кульчицької*. Луцьк : ПП Іванюк В.П., 2017. С. 51-53.
2. Мітлош А.В. Мотиви звернення студентської молоді до засобів масової інформації. *Матеріали V Міжнародного наукового інтернет-симпозіуму «Мультикультурна комунікація постмодерної доби: обличчя і маски»*. 2018. URL: <https://docs.google.com/document/d/e/2PACX1vSleGKLgA3XhapiuafWqmtqnd3NSVIreiG6DnuOFqYD0CaXLzHHS6TMobGBtxZ7MhufyCKFn0S9ShxL/pub>
3. Мітлош А.В., Гуцало А. Мотиви звернення студентської молоді до соціальних мереж. *Матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Особистість і суспільство: методологія і практика сучасної психології»*. 2018. URL: <http://www.inforum.in.ua/conferences/19/47/324>
4. Мітлош А.В., Гуцало А. Особливості іміджу вищого навчального закладу у свідомості студентів. *Особистість і суспільство: методологія та практика сучасної психології: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (13 трав. 2019 р.) / за заг. ред. Я.О. Гошовського, О.В. Лазорко, А.В. Кульчицької, Т.В. Луцьк: ПП Іванюк В.П., 2019. С. 35-38.*

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua