



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**1. Код:** ВК 1

**2. Назва:** Практична психологія в маркетингу та рекламі;

**3. Тип:** *вибірковий;*

**4. Рівень вищої освіти:** *I (бакалаврський);*

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 2;

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** 3;

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 3;

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Оксентюк Н.В., канд. психол. н., доц.

**9. Результати навчання:** *після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:*

Володіти основними поняттями, законами, принципами і концептуальними підходами психології маркетингу та реклами, знаннями про психологічні особливості маркетингових досліджень; діагностувати психографічні особливості купівельної поведінки; моделі психологічного впливу елементів комплексу маркетингу на поведінку споживача; виявляти специфіку психологічного впливу маркетингових комунікацій на свідомість цільової аудиторії; розробляти маркетингові стратегії, які враховують психологічний вплив комплексу маркетингу на купівельну і післякупівельну поведінку споживача; володіти психологічними техніками й методами стимулювання продажів і маркетингових комунікацій.

**10. Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи;*

**11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** дисципліни, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідного рівня вищої освіти;

**Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Соціальна психологія», «Психологія особистості», «Основи консультування».

**12. Зміст курсу:** *(перелік тем)* Теоретико-методологічні основи психології маркетингу. Стимулювання збуту товару. Психологічні аспекти вивчення реклами. Психологія рекламної діяльності. Споживач товару: психологічний аспект розгляду. Психологія бренду.

**13. Рекомендовані навчальні видання:**

1. Палеха, Ю.І. Іміджологія: Навч. посібник [Текст] / Ю.І. Палеха. - [Б. м. : б. и.], 2005. - 324 с.
2. Рекламна діяльність в Україні: Нормативна база. Укл. О. М. Роїна. - К. : КНТ, 2005. - 106 с.
3. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга. - Х.: НВФ "Студцентр", 1995. - 214 с.
4. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR: учеб. пособие. М., 2008.
5. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. М., 1998.
6. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. Харьков, 2004.

**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

*12 год. лекцій, 18 год. семінарських робіт, 60 год. самостійної роботи. Разом – 90 год.*

*Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, елементи тренінгу, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.*

**15. Форми та критерії оцінювання:**

*Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою. Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування, творчі роботи, залікова робота.*

**16. Мова викладання:** українська.

Завідувач кафедри

Розробник опису дисципліни

*Олексін Юрій Петрович, д.пед. наук, професор*

*Оксентюк Наталія Володимирівна, к.психол.н.*

1. **Code:** BK 1
2. **Title:** Practical Psychology in Marketing and Advertising;
3. **Type:** selective;
4. **Higher educational level:** I (Bachelor);
5. **Year of study, when the discipline is proposed:** 2;
6. **Semester when studying discipline:** 3;
7. **Number of established ECTS credits:** 3;
8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position:** Oksentiuk N.V., k.psyhol.n, Assoc.
9. **Results of studies:** after studying the discipline, the student must be able to:  
To have basic concepts, laws, principles and conceptual approaches of psychology of marketing and advertising, knowledge of psychological peculiarities of marketing researches; to diagnose psychographic features of purchasing behavior; models of psychological influence of elements of marketing complex on consumer behavior; identify the specific psychological impact of marketing communications on the consciousness of the target audience; to develop marketing strategies that take into account the psychological impact of the marketing complex on consumer buying and post-purchasing behavior; to possess psychological techniques and methods of stimulating sales and marketing communications.
10. **Forms of organizing classes:** training, independent work, practical training, control measures;
11. **• Disciplines preceding the study of the specified discipline:** disciplines that directly form the competence of the specialist of the corresponding level of higher education;  
• Disciplines studied in conjunction with the specified discipline (if necessary):  
"Social Psychology", "Personality Psychology", "Fundamentals of Counseling".
12. **Course content:** (list of topics) Theoretical and methodological foundations of psychology of marketing. Sales promotion. Psychological aspects of the study of advertising. Psychology of advertising. Consumer Product: The Psychological Aspect of Consideration. Brand Psychology.
13. **Recommended educational editions:**
  1. Palekha, Yu.Г. І ми`дзжологи`я: Navch. posi`bnik [Tekst] / Yu.Г. Palekha. - [B. m. : b. i.], 2005. - 324 s.
  2. Reklamna di`yal`ni`st` v Ukrayini`: Normativna baza. Ukl. O. M. Royina. - K. : KNT, 2005. - 106 s.
  3. Romat E. V. Reklama v sisteme marketinga. - Kh.: NVF "Studzentr", 1995. - 214 s.
  4. Rezepov I. Sh. Psikhologiya reklamy` i RR: ucheb. posobie. M., 2008.
  5. Golubkov E. P. Marketingovy`e issledovaniya: teoriya, metodologiya i praktika. M., 1998.
  6. Mozer K. Psikhologiya marketinga i reklamy`. Khar`kov, 2004.
14. **Planned types of educational activities and teaching methods:**  
12 hours Lectures, 18 hours. Workshop, 60 hours. Independent work. Together - 90 hours.  
**Methods:** interactive lectures, elements of problem lecture, individual tasks, case methods, individual and group research tasks, use of multimedia.
15. **Forms and assessment criteria:**  
The assessment is carried out on a 100-point scale.  
Current control (100 points): testing, creative work, set-up work.
16. **Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the department

The developer of the description of discipline

Oleksin Yuriy Petrovich, D.ped. Sciences, professor

Oksentiuk Natalia Volodymyrivna, k.psyhol.n.