



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ ‘Психологія реклами’

Ступінь вищої освіти - Магістр  
Спеціальність: 075 «Маркетинг»  
Освітньо-професійна програма «Маркетинг»  
Рік навчання: 1, семестр: 2  
Форма навчання: денна  
Кількість кредитів ЄКТС: 4  
Мова викладання: українська

### Лектори курсу

Луцій Олександр Павлович, кандидат економічних наук,  
професор кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі  
Рябчик Алла Володимирівна, кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

### Контактна інформація

лектора (e-mail)

e-mail: lutsiy\_alex@ukr.net

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=2054>

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета та завдання навчальної дисципліни полягає у формуванні системи знань в сфері психології реклами, з обрання, планування та розробки стратегії і тактики психологічного впливу реклами на суб'єкти ринку агропромислової продукції України.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати**: теоретичні соціально-психологічні основи рекламної діяльності; структуру, систему, методи та механізм психологічного впливу реклами на споживача, його підсвідомість та споживчу поведінку; психічні процеси в рекламі та рекламній діяльності; методи визначення, оцінки психологічної ефективності реклами; психотехнологічне мистецтво реклами; психологічні проблеми рекламної діяльності з точки зору культури та суспільства; актуальні проблеми, пов'язані з психологічними аспектами рекламної діяльності та прийняттям управлінських рішень у даній сфері;

**вміти**: формувати ефективні рекламні образи, імідж товарів, послуг, підприємств близькі потенційним споживачам (цільовій аудиторії); вирішувати завдання психологічного конструювання ефективних рекламних образів товарів, послуг, підприємств; ефективно використовувати в практиці методи психологічного впливу реклами на споживача; застосовувати психотехнологічне мистецтво реклами та спеціальні психотехнології реклами в просуванні товарів на ринку; здійснювати ефективний рекламний вплив на поведінку споживача; викликати бажання придбати рекламований товар, послугу.

## СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Години (лекції/ лабораторні, практичні, семінарські)	Результати навчання	Завдання	Оці- нюва ння
<b>2 семестр</b>				
<b>Модуль 1</b>				
<b>Тема 1.</b> Теоретичні та методологічні основи психології реклами	<b>2/3</b>	Знати основні поняття та категорії психології реклами. Розуміти принципи і методи управління рекламою. Вміти виявляти фактори впливу зовнішнього та внутрішнього середовища організації на політику просування продукції; використовувати відповідно до ситуації технології з прийняття та реалізації рекламних рішень; формувати ефективні концепції реклами в процесі маркетингової діяльності. Розуміти сутність стратегій рекламного впливу фірми на поведінку споживачів..	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
<b>Тема 2.</b> Психічні процеси в рекламі	<b>2/2</b>			20
<b>Тема 3.</b> Самореклама як психологічна основа рекламної діяльності	<b>4/4</b>			20
<b>Тема 4.</b> Психологія мотивації споживачів в рекламній діяльності	<b>4/3</b>			15
<b>Тест до модуля 1</b>				30
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>12/12</b>			100
<b>Модуль 2</b>				
<b>Тема 5.</b> Методи психологічного впливу реклами на споживача	<b>3/3</b>	<b>Магістрант повинен вміти:</b> запровадити на підприємстві певні методичні, організаційні і інформаційні зміни, які б забезпечили розвиток реклами продукції конкретного підприємства; обрати найбільш ефективні види та засоби реклами, організувати процес безперервного планування та контролю за їх практичним використанням; обґрунтувати стратегію і тактику рекламних кампаній продукції конкретного підприємства; здійснити моніторинг рекламних агенцій, видів та засобів реклами; розробити план реклами, як одну з складових	Підготовка доповідей, рефератів, презентацій до семінарського заняття. Виконання практичного завдання, самостійної роботи в elearn.	15
<b>Тема 6.</b> Психотехнологічне мистецтво реклами	<b>3/3</b>			15
<b>Тема 7.</b> Психологія реклами в маркетингу	<b>3/3</b>			15
<b>Тема 8.</b> Психологія реклами в засобах масової інформації	<b>3/3</b>			15
<b>Тема 9.</b> Психологічні	<b>3/3</b>			10

проблеми рекламної діяльності з точки зору культури і суспільства		частин загальної програми маркетингу підприємства.		
<b>Тест до модуля 2</b>				<b>30</b>
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>18/18</b>			<b>100</b>
<b>Всього за навчальну роботу</b>	$0,7 \cdot (R_{ЗМ1} + R_{ЗМ2})$ $R_{НР} = \frac{\dots}{2}$			<b>70</b>
<b>Підсумкова атестація (екзамен)</b>				<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>	$R_{ДИС} = R_{НР} + R_{АТ}$			<b>100</b>

### ПОЛІТИКА ОЦІНЮВАННЯ

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу викладачів, які забезпечують курс за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені. Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально в дистанційному режимі (у онлайн формі за погодженням із деканом факультету і лектором курсу).

### ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно