



Силабус навчальної дисципліни
«Психологія реклами»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Освітньо-професійна програма «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»
Освітній рівень	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Курс / семестр	3 курс, 5 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 22 год.
	Практичні – 20 год.
	Самостійна робота – 78 год.
Форма підсумкового контролю	екзамен
Кафедра	Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу, 108А, https://nupp.edu.ua/page/kafedra-yekonomiki-pidpriemnitstva-ta-marketingu.html
Викладачі	Хоменко Євгенія Григорівна, доктор філософії, доцент Добрянська Вікторія Вікторівна, к.т.н., доцент
Контактна інформація викладача	yevheniia1986@gmail.com fem.dobryanska@nupp.edu.ua
Дні занять	За розкладом, відповідно до графіку навчального процесу
Консультації	Аудиторія 108А відповідно до графіку
Мета навчальної дисципліни – формування теоретичної бази та навичок використання технологій, прийомів та інструментів впливу реклами на споживачів та контактні аудиторії.	
Програмні результати навчання <ul style="list-style-type: none">– Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;– Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта;– Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості;– Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.	
Передумови для навчання Попередньо опановані дисципліни: інфраструктура товарного ринку.	
Індивідуальне завдання	Не передбачено
Зміст навчальної дисципліни Тема 1. Психологічний вплив реклами. Тема 2. Реклама як об'єкт психологічного аналізу. Тема 3. Психологічні процеси забезпечення ефективності реклами. Тема 4. Інформативна функція реклами: формування образу товару. Тема 5. Комуникативна функція реклами: вплив і взаємодія. Тема 6. Реклама як соціально-психологічний феномен.	
Сторінка курсу	https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=5602



на платформі
Moodle

Рекомендовані джерела

1. Зазимко О.В., Корольчук М.С., Корольчук В.М. та ін. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
2. Фесун Г. С., Галичанська А. В., Канівець Т. М. Психологія маркетингу та реклами [Текст]: навч. посіб.; Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2015. 111 с.
3. Закалик Г. М., Партико Н. В. Психологія інновацій та реклами [Текст]: навч. посіб.; Нац. ун-т «Львів. Політехніка». Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. 247 с.
4. Чалдині Роберт. Психологія впливу. Переконайте та досягайте успіху! [Текст]; [пер. з англ. Надії Коваль, Андрія Зорницького]. Оновл. та допов. Харків: КСД, 2023. 606 с.
5. Балабанова Л.В., Юзик Л.О. Рекламний менеджмент: підручник. К.: Центр учбової літератури. 2019. 414 с.
6. Хасан Алі Аль-Абабнех. Психологія реклами, як інструмент формування її ефективності. *Економіка і регіон*. 2016. № 2. С. 48-53. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2016_2_9.
7. Сердюк О. А. Психологічні особливості запам'ятовування людиною реклами Product placement/ *Вісник Національного університету оборони України*. 2022. Вип. 4. С. 146-153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnaou_2022_4_19.
8. Ангелко І. В., Сазанська Є. Ю. Методи та прийоми психологічного впливу реклами на свідомість споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 4(1). С. 18-21. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2020_4\(1\)_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2020_4(1)_5).
9. Березовська Н. Л., Дрібноход М. В. Методи психологічного впливу реклами на споживача. *Нотатки сучасної науки*. 2022. № 3. С. 16-17. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/notmodsc_2022_3_13.
10. Bob M. Fennis & Wolfgang Stroebe. (2020) *The Psychology of Advertising: 3rd Edition*. Taylor & Francis. 466 p.
11. Kenneth R. Graham (2014) *Media Hypnosis in Advertising and Politics* Paperback. CreateSpace Independent Publishing Platform. 188 p.

Система оцінювання результатів навчання

За результатами поточного контролю протягом семестру студент може отримати максимально 50 балів, за результатами підсумкового контролю – 50 балів. Студент, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку (не менше 25 балів), допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

Більш детальна інформація щодо оцінювання наведена в робочій програмі навчальної дисципліни.

Накопичування балів з навчальної дисципліни

Види навчальної роботи	Мах кількість балів
Виконання завдань на практичному занятті	50
Диференційований залік	50
Максимальна кількість балів	100

Відповідність шкали оцінювання ЄКТС національній системі оцінювання та шкалі оцінювання Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90 - 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно



60 - 63	Е	незадовільно
35 - 59	FX	
1 - 34	F	
<p style="text-align: center;">Політика навчальної дисципліни</p> <p>Вивчення навчальної дисципліни потребує роботи з інформаційними джерелами, підготовки до лекцій і практичних занять, виконання усіх завдань згідно з навчальним планом.</p> <p>Підготовка до практичних занять передбачає: ознайомлення з питаннями, які виносяться на заняття з відповідної теми; вивчення лекційного матеріалу. Рішення практичних завдань повинно демонструвати ознаки самостійності виконання здобувачем такої роботи, відсутність ознак повторюваності та плагіату.</p> <p>Присутність здобувачів вищої освіти на практичних і лекційних заняттях є обов'язковою, важливою також є їх участь в обговоренні всіх питань теми. Пропущені заняття мають бути відпрацьовані. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися навчальної етики, поважно ставитися до учасників процесу навчання, дотримуватися дисципліни й часових (строкових) параметрів навчального процесу.</p> <p>Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у робочій програмі навчальної дисципліни (https://dist.nupp.edu.ua/mod/resource/view.php?id=5602).</p>		

Силабус затверджено на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу
Протокол від «28» серпня 2023 року № 13