

**АНОТАЦІЯ**

навчальної дисципліни

**«Психологія маркетингу та реклами»**

**Кафедра психології та педагогіки**

Вид навчальної дисципліни **вибіркова**

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

Ступінь вищої освіти **бакалавр**

Форма (-и) здобуття вищої освіти **денна/заочна**

Мова викладання **українська**

Рік навчання **четвертий**

Форма підсумкового контролю **залік**

**Стислий опис навчальної дисципліни**: дисципліна спрямована на вивчення психологічних механізмів, що лежать в основі поведінки споживачів, а також на аналіз впливу маркетингових стратегій і рекламних повідомлень на свідомість і підсвідомість людини. Теми дисципліни охоплюють теоретичні положення щодо процесів сприйняття реклами, формування споживчих переваг, ролі емоцій, мотивації та переконання в маркетингових комунікаціях. Практичні заняття включають аналіз рекламних кампаній, дослідження впливу брендингу на споживацьке мислення, розробку психологічно ефективних рекламних стратегій, а також вивчення психологічних аспектів сегментації ринку, позиціонування продукту та роботи з цільовою аудиторією. Окремі теми присвячені питанням маніпуляцій у рекламі, соціально відповідального маркетингу та етичних аспектів взаємодії з аудиторією.

**Форми (методи) навчання**: лекції-візуалізації, практичні заняття, практичні кейси, ситуаційні завдання, рольові ігри, групові проєкти та самостійна робота здобувачів. Використовуються методи: аналіз реальних маркетингових кейсів, психосемантичний аналіз рекламних повідомлень, дослідницьке навчання, методи творчого мислення, мозкові штурми, а також симуляції маркетингових кампаній.

**Науково-педагогічні працівники, які забезпечують викладання навчальної дисципліни**: Губер Ніна Сергіївна