



**Силабус навчальної дисципліни**  
«Маркетинг та реклама (поведінковий підход)»

Спеціальність	Всі спеціальності
Освітня програма	Всі освітні програми
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень вищої освіти
Статус дисципліни	Вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	Українська
Курс / семестр	1 рік навчання 2 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	5 кредитів
Розподіл годин за формами освітнього процесу та видами навчальних занять	Лекції – 20 год. Практичні (семінарські) – 20 год. Лабораторні – 0 год. Самостійна робота – 110 год.
Форма семестрового контролю	Залік
Кафедра	Кафедра міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу, ауд. 422, головний навчальний корпус, <a href="https://kafmev.hneu.edu.ua">https://kafmev.hneu.edu.ua</a>
Викладач (-і)	Гронь Олександра Вікторівна, к.е.н., доцент
Контактна інформація викладача (-ів)	<a href="mailto:gronsense@gmail.com">gronsense@gmail.com</a>
Дні навчальних занять	Лекція: <u>згідно діючого розкладу занять</u> Практичні: <u>згідно діючого розкладу занять</u>
Консультації	На кафедрі міжнародних економічних відносин та безпеки бізнесу, очні, відповідно до графіку консультацій, індивідуальні, чат в ПНС

**Мета навчальної дисципліни:** формування у студентів компетентності щодо визначення впливу маркетингу і реклами на поведінку цільової аудиторії та формування практичних навичок застосування різних прийомів впливу на поведінку споживачів

**Структурно-логічна схема вивчення дисципліни:**

Пререквізити	Постреквізити
-	-
-	-

**Зміст навчальної дисципліни**

**Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи поведінкового підходу в маркетингу**

**Тема 1. Сутність поведінкового маркетингу.**

**Тема 2. Основи поведінки споживачів, вплив на поведінку споживачів маркетингу та реклами. Тема 3. Методи дослідження поведінки споживачів і ефективності реклами.**

**Тема 4. Складові елементи комплексу маркетингу та прийоми, що використовуються для впливу на вибір споживачів.**

**Тема 5. Особливості впливу на поведінку споживачів інструментів маркетингового комунікаційного комплексу.**

**Змістовий модуль 2. Створення рекламного повідомлення та етичні аспекти реклами**

**Тема 6. Моделі впливу реклами на поведінку споживача.**

**Тема 7. Формальні та змістовні аспекти оформлення рекламного повідомлення.**

**Тема 8. Етика маркетингу та реклами.**

**Тема 9. Вимір впливу реклами.**

**Матеріально-технічне (програмне) забезпечення дисципліни**

Мультимедійний проектор, ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ZOOM



### **Форми та методи оцінювання**

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль, який проводиться у формі диференційованого заліку.

Максимально можлива кількість балів за поточний контроль упродовж семестру для дисципліни форма контролю якої залік – 100 та мінімально можлива кількість балів – 60.

Поточний контроль включає наступні контрольні заходи: тестування; домашні завдання; презентацію; експрес-опитування; письмові контрольні роботи; колоквиуми; творче завдання.

***Більш детальна інформація щодо системи оцінювання та накопичування балів з навчальної дисципліни наведена у робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.***

### **Політики навчальної дисципліни**

Дотримання чесної академічної поведінки у навчанні, уникнення будь-яких проявів академічної недоброчесності; якісна підготовка до навчальних занять; самостійне виконання поточних навчальних завдань, завдань поточного контролю; самостійне виконання завдань підсумкового контролю результатів навчання; дотримання законодавства про авторське право та суміжні права.

Здобувачі вищої освіти відповідальні за свою академічну поведінку, мають давати моральну оцінку власним вчинкам. Викладач має створити умови до формування середовища партнерства та академічної чесності. Викладач несе відповідальність за оцінювання унікальності тексту есе, письмових робіт та за процес прозорого, відкритого, чесного оцінювання результатів навчання загалом.

Відсутність без поважних причин вважається прогулом. Відсутність через поважні причини має бути підтверджена – надання документу, що підтверджує причину пропуску занять.

За умови виконання завдань, передбачених робочим планом, пізніше встановленого терміні завдання оцінюється за шкалою відповідно до дати надання виконаних завдань.

***Більш детальну інформацію щодо компетентностей, результатів навчання, методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни***