

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою університету
протокол № 5 від 28 жовтня 2025 р.,
уведене в дію наказом ректора
від 28.10.2025 р. № 394



Богдан БУЯК

Освітня програма підвищення кваліфікації педагогів, практичних психологів, соціальних та соціально-педагогічних працівників, підприємців та підприємниць

«Психологія маркетингу і реклами»

- 1. Найменування:** «Психологія маркетингу і реклами»
- 2. Вид підвищення кваліфікації:** навчання за програмою підвищення кваліфікації.
- 3. Розробник:** Орап Марина Олегівна, доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології ТНПУ імені Володимира Гнатюка, член ГО «Українська асоціація організаційних психологів та психологів праці» (УАОПП).
- 4. Мета:** підвищення кваліфікації педагогів, практичних психологів, соціальних та соціально-педагогічних працівників, підприємців та підприємниць шляхом засвоєння знань основ психології маркетингу та реклами, формування практичних навичок застосування психологічних теорій та методів впливу різних маркетингових та рекламних інструментів.
- 5. Напрямок:** основи психології маркетингу і реклами (соціально-психологічна компетентність).
- 6. Цільова аудиторія:** бізнесмени, підприємці та підприємці, практичні психологи та соціальні працівники соціальних служб, державних та приватних установ і громадських організацій; соціальні та соціально-педагогічні працівники закладів освіти (I-II, III-IV рівнів акредитації) різних типів і форм власності.
- 7. Обсяг (тривалість навчання):** 30 годин (1 кредит ЄКТС).
- 8. Форма навчання:** очна, заочна, змішана, дистанційна.
- 9. Зміст.** Зміст типової освітньої програми охоплює коло основних методологічних, теоретичних і практичних проблем психології маркетингу і

реклами, ілюструє можливості застосування психологічних знань для вирішення стратегічних і тактичних маркетингових завдань.

Слухачі отримають знання про сучасні теорії маркетингу і реклами та роль психологічних знань в управлінні маркетингом та маркетинговими комунікаціями, знання про засоби, методи і способи психологічного впливу реклами на споживача, психологічні аспекти створення реклами, про закономірності споживчої поведінки, особливості та механізми маркетингової комунікації, про поняття «бренд» та механізми його формування, про соціально-психологічні механізми самопрезентації; здобудуть навички постановки завдань та прийняття рішень з комплексних проблем маркетингу.

Зміст програми має практичну спрямованість і охоплює теоретичну, практичну (практико зорієнтовану) і ресурсну (методичну) складові підвищення кваліфікації фахівців.

№ з/п	Назва і зміст навчальних модулів	К-сть годин	Із них		Викладач
			Аудит. роб.	Самост. роб.	
1.	Тема 1. Теоретичні і методологічні проблеми психології маркетингу. Основні концепції маркетингу. Концепція і психологічна сутність маркетингової діяльності. Основні принципи і цілі маркетингу. Поняття маркетингу і його базові складові. Сутність концепції маркетингу. Еволюція концепцій маркетингу. Класифікація видів маркетингу та їх характеристика.	6	2	4	Доктор психологічних наук, професор Орап М.О.
2.	Тема 2. Поведінка споживачів як об'єкт досліджень психології маркетингу. Споживач як головний учасник ринку. Орієнтація діяльності підприємства на споживача. Еволюція функцій	6	2	4	Доктор психологічних наук, професор Орап М.О.

	маркетингу з позицій місця в ньому покупця. Основні маркетингові категорії, що характеризують поведінку споживача. Сутність купівельної поведінки споживача та її різновидності. Сегментування ринку. Моделі VALS і VALS-2. Психологія прийняття рішення про купівлю товарів індивідуальним споживачем.				
3.	Тема 3. Створення і керування брендом. Соціально-психологічні характеристики бренду. Торгові марки і бренди. Моделі бренду. Структура бренду. Критерії вибору брендингових елементів. Функції бренду. Брендинг. Технології брендингу. Переваги сильних брендів. Розробка і розвиток бренду. Життєвий цикл бренду. Позиціонування і репозиціонування бренду. Оцінка бренду.	6	2	4	Доктор психологічних наук, професор Орап М.О.
4.	Тема 4. Теоретичні і методологічні проблеми психології реклами. Рекламна діяльність як явище економіки, психології і культури. Людина як суб'єкт рекламних комунікацій. Психологічні основи рекламної комунікації. Психологічна сутність реклами як впливу на вибір і рішення споживачів. Інформативна функція реклами: формування образу товару. Психічні процеси і психологічний вплив в рекламі. Психотехнології	6	2	4	Доктор психологічних наук, професор Орап М.О.

	рекламної стратегії. Розробка концепції і стратегії рекламної кампанії.				
5.	Тема 5. Психологія самореклами. Особистість і самореклама. Самопрезентація, самопіар, самобрендинг. Соціально-психологічні механізми самопрезентації. Основні стратегії самопрезентації. Самопрезентація як створення зовнішнього іміджу.	6	2	4	Доктор психологічних наук, професор Орап М.О.
	Всього	30	10	20	

Програма передбачає такі види роботи:

- лекційні заняття, майстер-класи, онлайн-тренінги (платформа Zoom);
- дискусії й опитування (платформа Zoom);
- виконання завдань (платформа Zoom).

Самостійна робота включає такі види діяльності:

- створення опитувальника з метою вияву типу споживчої поведінки покупця (на основі моделі VALS);
- написання плану психологічного супроводу рекламної кампанії.

10. Програмні результати:

- формування теоретичних уявлень про сучасні психологічні засади маркетингу і реклами, методологічні підходи до розв'язання завдань ефективної маркетингової та рекламної діяльності;
- оволодіння понятійним апаратом психології маркетингу і реклами;
- навчання психологічних методів, інструментів здійснення маркетингових досліджень, інструментів оцінки ефективності рекламної діяльності.

11. Перелік компетентностей, що вдосконалюватимуться /набуватимуться

- **загальні:** здатність використовувати сучасні психологічні знання для реалізації завдань з оптимізації та підвищення ефективності діяльності в сфері маркетингових і рекламних комунікацій;
- **фахові:** здатність аналізувати структурні та функціональні особливості маркетингової та рекламної діяльності, надавати оцінку та визначати психологічну ефективність маркетингової стратегії та рекламних кампаній організацій.

12. Вартість — <https://tnpu.edu.ua/faculty/cpo/normativn-dokumenty.php>

13. Документ про результати навчання

Видається сертифікат, відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 21.08.2019 № 800 «Деякі питання підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників» та наказом Міністерства освіти і науки України від 30.10 2020р. № 1341 «Про затвердження Методичних рекомендацій для професійного розвитку науково-педагогічних працівників» і оприлюднюється в реєстрі виданих сертифікатів.