

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСПІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни  
**«Нейромаркетинг»**  
на 2022-2023 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс, 6 семестр
Освітня програма/спеціалізація	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, які ведуть дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Іваннікова Марина Миколаївна**  
к.е.н., доцент  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-614-74-58
Електронна адреса	ivannikovam83@gmail.com
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua/">http://www.marketing.puet.edu.ua/</a> он-лайн: електронною поштою, у месенджерах
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Мета навчальної дисципліни полягає у дослідженні впливу людини на пропозицію виробників, вивчення нейрофізіології, пізнавальної психології, аналізу бізнес-процесів задля підвищення ефективності контактів із споживачами та залучення їх до процесів формування брендів і торгівельних марок.
<b>Тривалість</b>	5 кредитів, разом 150 год. (лекції 20 год., практичні 40 год., самостійна робота студентів 90 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття в аудиторії (демонстрування, пояснення, бесіда, модерація, методи наративів, кейсів), самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; доповіді з рефератами та їх обговорення; тестування; поточна модульна робота Підсумковий контроль: залік (ПМК)
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з маркетингових дисциплін.
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
<p>ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПР6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПР8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового</p>	<p>ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК04. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК09. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>СК01. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p>

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.	СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1. Суть та інструменти нейромаркетингу</b>		
Тема 1. Нейромаркетинг в умовах сучасних маркетингових технологій	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Поняття і сутність нейромаркетингу. Етапи розвитку нейромаркетингу. Сучасна концепція нейромаркетингу. Основні види нейромаркетингу
Тема 2. Нейролінгвістичне програмування та його складові	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Техніка «якоріння» в маркетингу. Вірусний маркетинг і НЛП. Психологічні прийоми нейромаркетингу. Візуалізація і вплив за допомогою світла. Страх і гумор у нейромаркетингу. Ностальгічний маркетинг
Тема 3. Використання кольору в нейромаркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Особливі техніки кольоросприйняття
Тема 4. Аромомаркетинг та аудіомаркетинг	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Мерчандайзинг. Аромомаркетинг. Аудіомаркетинг
Тема 5. Технології нейродизайну в інтернет-просторі	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Сутність нейродизайну. Нейромаркетинг при оформленні сайту. Нейромаркетинг у соціальних мережах
<b>Модуль 2. Досвід застосування нейромаркетингу та його технологій</b>		
Тема 6. Практики застосування нейролінгвістичного програмування в процесі продажу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Побудова карти взаємовідносин зі споживачем під час здійснення продажу, яка базується на застосуванні технік нейролінгвістичного програмування
Тема 7. Застосування основних гендерних стереотипів в неромаркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти; поточна модульна робота	Формування та вплив гендерних стереотипів у рекламі. Складові гендерного впливу на жінок та чоловіків. Основні ключові тригери, які використовуються у рекламі для залучення уваги цільової аудиторії.
Тема 8. Нейромаркетингові технології ціноутворення	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; творчі проекти	Цінові війни. Техніки впливу на споживача за допомогою цін.

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
Тема 9. Нейромаркетинг та бренд	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Система цінностей бренду. Застосування технік нейролінгвістичного програмування у формування уявлення споживачем бренду.
Тема 10. Аналіз міжнародних практик провідних компаній у використанні нейромаркетингу	Відвідування занять; захист домашнього завдання; обговорення матеріалу занять; виконання навчальних завдань; завдання самостійної роботи; тестування; творчі проекти	Дослідження основних лідерів ринку у формуванні нейромаркетингових технік.

#### Інформаційні джерела

1. Neuromarketing. Fundamentals and insights for advantageous advertising in a luxury watch context. Katinka Hengsberg. <https://bit.ly/3tQajfd>
2. Neuromarketing: The New Science of Consumer Behavior. Christophe Morin. [https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/neuromarketing\\_1.pdf](https://faculty.ksu.edu.sa/sites/default/files/neuromarketing_1.pdf)
3. The influence of the consumer`s type - physical or digital - on their behavioral characteristics / N.V. Karpenko, M.M. Ivannikova // Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ, 2020, № 2(20). - с. 113-118. ISSN 2415-3974. [http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10019/1/Karpenko\\_Ivannikova.pdf](http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/10019/1/Karpenko_Ivannikova.pdf)
4. Деніел Канеман. Мислення швидко і повільно. – К.: Вид-во «Наш формат», 2017. – 480 с.
5. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг.- Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2019. – 352 с.
6. Катерина Ільченко. Що таке нейромаркетинг і для чого він потрібен бізнесу. Агенція Neuroknowledge, 27.11.2020 р. Режим доступу: <https://neuro-knowledge.com/uk/what-is-neuromarketing/>
7. Нейромаркетинг для малого бізнесу / Н.В. Карпенко, М.М. Іваннікова // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 2 (98). - с. 65-74. <https://bit.ly/3yB8fqX>
8. Нейромаркетинг: реклама, PR, digital-marketing, брендинг [навчальний посібник] / О.В. Курбан, С.О. Курбан – Київ : Видавництво «Білий Тигр», 2019. – 148 с. Режим доступу: <https://bit.ly/3iLgLvV>

#### Програмне забезпечення навчальної дисципліни

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office, соціальні мережі Facebook, Instagram; програми для створення візуального контенту: Canva <https://www.canva.com/> PicsArt <https://picsart.com/explore> , Snapseed, Grid Post

#### Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання

- Політика щодо термінів виконання та перескладання: завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Політика щодо академічної доброчесності: списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття.
- Політика щодо відвідування: відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- Політика зарахування результатів неформальної освіти: <http://puet.edu.ua/uk/publicna-informaciya>

## Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-5): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Модуль 2 (теми 6-10): відвідування занять (8 балів); захист домашнього завдання (8 балів); обговорення матеріалу занять (4 бали); виконання навчальних завдань (8 балів); завдання самостійної роботи (8 балів); тестування (4 бали); поточна модульна робота (10 балів)	50
Разом	100

## Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни