



Силабус навчальної дисципліни

«ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»

Освітньо-професійної програми «Практична психологія»

Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»

Спеціальність: 053 «Психологія»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента ОП
Курс	3 (третій)
Семестр	5 (п'ятий)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/години	4 (120)
Мова викладання	Українська
Що буде вивчатися (предмет вивчення)	<p>Процеси застосування психологічних теорій та методів впливу різних маркетингових інструментів.</p> <p>Психічні процеси, що сприяють взаємодії рекламодавця і споживача з метою ефективного задоволення попиту останнього; психологічні особливості рекламодавця, який через різноманітні суб'єктивні причини може припускатися серйозних помилок у рекламуванні продукції, послуг, що призводить до нерозуміння чи неприйняття реклами.</p>
Чому це цікаво/треба вивчати (мета)	<p>Курс спрямований на:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вивчення психологічної сутності і функцій реклами; - психологічних процесів, механізмів та явищ, що характеризують різні аспекти рекламної діяльності; - специфічних особливостей психології рекламного впливу; - методів діагностики психологічного впливу реклами; - процесів сприймання реклами та вибору, здійсненого на основі реклами; - основних принципів і сукупності методів та прийомів дослідження, що застосовуються у даній дисципліні; - психологічної сутності моделей рекламних комунікацій.
Чому можна навчитися (результати навчання)	Курс спрямований на розвиток у студентів навичок критичного мислення, здатності вільно орієнтуватися у великому масиві сучасної інформації; орієнтації в різноманітті психологічних процесів, механізмів та явищ, що характеризують рекламну діяльність та впливають на її ефективність; опанування методів аналізу аудіальних, візуальних і текстових образів сучасних ЗМІ й реклами, розраховувати найпростіші показники психологічної ефективності реклами.
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Психологія реклами навчає давати кваліфіковану оцінку різних видів реклами, порівнювати різні психологічні засоби підвищення ефективності реклами, усвідомлювати доцільність їх використання; виділяти основні психологічні особливості цільових аудиторій, правильно спланувати механізми мотивації, етапи і форми психологічного впливу на споживача; виробити самостійну позицію щодо уникнення маніпуляцій з боку реклами.
Навчальна логістика	<i>Реклама як психологічне явище. Психологічні основи рекламного впливу. Психічні процеси при сприйманні реклами. Розвиток</i>

	<p>соціальної реклами в Україні. Психологія мотивації в рекламі. Сугестивні психотехнології в рекламі. Психологія відношення до реклами. Психологічна ефективність реклами. Психологічна експертиза та методи оцінювання ефективності реклами</p> <p>Види занять: лекції, практичні заняття</p> <p>Методи навчання: лекція-дискусія, бінарна лекція, метод проєктів, тренінги, коучинги, кейс-метод, майстер-класи</p> <p>Форми навчання: очна, заочна, дистанційна</p>
Пререквізити	Загальна теоретичну підготовка студентів бакалаврату з розуміння психологічної природи та сутності реклами, а також оволодіння ними основами психологічного забезпечення рекламної діяльності.
Пореквізити	Знання психології реклами дозволяє засвоїти теоретичні положення та методичні підходи з психологічного впливу маркетингу та реклами в повному обсязі, а також можуть бути використані під час написання бакалаврської та магістерської роботи
Інформаційне забезпечення з репозитарію та фонду НТБ НАУ	<p>Науково-технічна бібліотека НАУ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 384 с. 2. Вплив медіа на розвиток особистості / Л. А. Найдьонова // Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упоряд. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. – К. : Центр вільної преси, 2012. – С. 237–282. 3. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : Навч. посіб. / Н. Ю. Бутенко – К. : КНЕУ, 2006. – 384 с.
Локація та матеріально-технічне забезпечення	Навчальна мультимедійна аудиторія, проєктор, схеми, таблиці тощо
Семестровий контроль, екзаменаційна методика	Залік, тестування, творчі завдання, аналіз медіапродуктів, відеозаписів, медіакритика тощо.
Кафедра	Педагогіки та психології професійної освіти
Факультет	Факультет лінгвістики та соціальних комунікацій
Викладач(і)	 <p>ХОМЕНКО-СЕМЕНОВА Леся Олексіївна</p> <p>Посада: доцент Вчений ступінь: кандидат педагогічних наук</p> <p>Профайл викладача: https://www.researchgate.net/profile/Lesia_Chomenko-Semenova https://orcid.org/0000-0001-9164-3156</p> <p>Тел.: (096)757-88-64 E-mail: lesia.khomenko-semenova@npp.nau.edu.ua Робоче місце: 8.805</p>
Оригінальність навчальної дисципліни	Розвиває критичне мислення, творчий підхід до вирішення нестандартних завдань, інформаційну компетентність, розуміння психологічної природи та сутності реклами, психологічне забезпечення рекламної діяльності.
Лінк на дисципліну	Google Classroom G Suite: frdrky