

Силабус навчальної дисципліни
«ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ»

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки
 Спеціальність: 053 Психологія
 Освітня програма: Психологія
 Рівень вищої освіти: початковий (короткий)
 Курс: 2
 Семестр: 3

Факультет	ФСПО
Кафедра	Психології
Викладач(-і)	ПІБ: Шеленкова Наталія Леонідівна Посада: кандидат наук, доцент кафедри психології E-mail (корпоративна електронна адреса): n.l.shelenkova@udpu.edu.ua
Лінк на освітній контент дисципліни	https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=12064
Статус дисципліни	Навчальна дисципліна вибіркового компонента
Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години	4/120
Обсяг дисципліни (години) та види занять	Денна форма: лекції (30 год.), практичні (30год.), самостійна робота (60 год.) Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (106 год.)
Політика дисципліни	<p>Академічна доброчесність. Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.</p> <p>Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти зобов'язані: дотримуватися вимог законодавства, Статуту Університету; відвідувати усі види навчальних занять; вчасно інформувати деканат про неможливість відвідувати навчальні заняття, складати (перескладати) екзамен, заліки тощо через поважні причини; подати підтверджувальні документи, що засвідчують поважну причину, яка унеможливила відвідування навчальних занять, складання (перескладання) екзаменів, заліків тощо; ліквідувати академічну заборгованість у встановлені терміни.</p> <p>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти. Здобувачі вищої освіти проявляють здатність до здійснення творчого підходу у діяльності, що проявляється у гнучкості мислення, умінні швидко і без внутрішніх зусиль переключатись з однієї ідеї на іншу, генерувати нові ідеї, прагненні до винаходів, творчості, зокрема і в науковій діяльності.</p>
Що будемо вивчати?	Навчальна дисципліна «Психологія реклами» знайомить здобувачів із психологічними процесами та явищами, що характеризують рекламну діяльність та впливають на її ефективність.
Чому це треба вивчати?	Для формування у здобувачів системи знань про основні поняття, ідеї, принципи і факти у психології реклами, синхронічні та діахронічні аспекти розвитку психології реклами, вироблення вмінь і навичок психотехнічного аналізу реклами та використання психотехнік при створенні рекламного контенту.
Яких результатів можна досягнути?	Розуміти роль реклами як засобу комунікації та елементу культури суспільства. З'ясувати мету, завдання і основні функції рекламної діяльності. Знати шляхи розповсюдження інформації. Вміти аналізувати психологічні теорії з метою використання їх здобутків у практиці рекламної діяльності. Знати види реклами; в історичному та віковому аспекті розкривати особливості самореклами особистості. Орієнтуватись у психологічних механізмах пропаганди. Вміти створювати позитивну саморекламу.

	<p>Засвоїти основні механізми, технології і прийоми психологічного впливу реклами на споживача. Усвідомити важливість вирішення етичних питань психологічного впливу.</p> <p>Вміти застосовувати механізми аудіального та візуального впливів у межах моделей рекламного звертання.</p> <p>Уміти аналізувати рекламний продукт щодо його впливу на психічні процеси.</p> <p>У результаті вивчення дисципліни студенти мають сформувати, вдосконалити такі <i>soft skills</i>: комунікативні навички; емоційний інтелект; стресостійкість; позитивне мислення; вміння керувати емоціями; вміння розв'язувати комплексні складні проблеми і задачі.</p>
Як можна використати набуті знання та уміння?	<p>Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>Здатність до розуміння природи поведінки, діяльності та вчинків;</p> <p>Здатність самостійно збирати та критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел;</p> <p>Здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки та рекомендації.</p>
Зміст дисципліни	<p>Психологія реклами як галузь знань. Психоаналітична інтерпретація сучасного рекламного дискурсу. Психічні процеси в рекламі. Психологія самореклами. Вплив на несвідоме у сучасній рекламі.</p> <p>Гіпноотично орієнтовані підходи. Концептуальні основи нейротехнологій. Моделі поведінки споживачів: теорія поколінь. Психотехнології у рекламі. Психологічні основи PR. Метод фокус-груп у дослідженні споживчих інтересів в рекламі.</p>
Обов'язкові завдання	Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання практичних та самостійних завдань, поточного, підсумкового контролю та ІНДЗ.
Міждисциплінарні зв'язки	Міждисциплінарні зв'язки з дисциплінами «Соціальна психологія», «Загальна психологія», «Психологія особистості».
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методичні рекомендації щодо організації самостійної роботи здобувачів вищої освіти за початковим (короткий цикл) рівнем з дисципліни «Психологія реклами» за спеціальністю 053 Психологія / Укл. Н.Л. Шеленкова. Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини. Умань, 2022. 37 с. 2. Психологія реклами: навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини; уклад. Н. Л. Шеленкова. Умань: Візаві, 2020. 257 с. 3. Санакоєва Н. Д. Психологічні основи реклами та PR. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 100 с.
Поточний контроль	Виконання практичних завдань, тестовий контроль, виконання завдань самостійної роботи, ІНДЗ.
Підсумковий контроль	залік

Розробник



Наталія ШЕЛЕНКОВА