

**Силабус навчальної дисципліни
«ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ»**

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 053 Психологія

Освітня програма: Психологія

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Курс: IV

Семестр: 7-й

Факультет	ФСПО
Кафедра	Психології
Викладач(-и)	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=3193
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 (30 год.), самостійна робота (60 год.)
	Заочна форма: лекції (6 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (106 год.)
Політика дисципліни	<p>Академічна доброчесність. Очікується, що роботи здобувачів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування, втручання в роботу інших здобувачів становлять, але не обмежують, приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача 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) екзамени, 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, прагннні 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 забезпечення загальної теоретичної підготовки здобувачів у розумінні психологічної природи та сутності реклами, а також оволодіння основними навичками психологічного забезпечення рекламної діяльності.
Яких результатів можна досягнути?	<ul style="list-style-type: none"> - раціонально планувати діяльність, створювати для неї умови і визначати її завдання; готуватись до публічного виступу; - організовувати суб'єкт – суб'єкту психологічну взаємодію; - застосовувати ораторські навички і прийоми активного слухання. <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі мають сформувати, вдосконалити такі <i>soft skills</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - комунікативні навички; - емоційний інтелект; - стресостійкість;

	<ul style="list-style-type: none"> - позитивне мислення; - вміння розв'язувати комплексні складні проблеми і задачі.
Як можна використати набуті знання та уміння?	<ul style="list-style-type: none"> - зрозуміти структуру та механізм психологічного впливу реклами на споживача, його підсвідомість та поведінку; структуру та механізм психологічного впливу реклами на споживача, його підсвідомість та поведінку; - оволодіти усіма проблемами психологічного впливу реклами і її психологічною ефективністю; вміти формувати та використовувати спеціальні психотехнології реклами в просуванні товарів на ринок; - формувати у населення ефективні рекламні образи (іміджі) товарів (послуг) близькі майбутнім споживачам (цільовим групам); здійснювати ефективний рекламний вплив на поведінку споживача за допомогою реклами.
Зміст дисципліни	Реклама: поняття і функції, мета і види. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів. Психологія мотивації в рекламі. Психотехнологія рекламних засобів без зворотнього зв'язку. Психотехнології рекламного тексту без зворотнього зв'язку. Психотехнологія рекламних засобів зі зворотнім зв'язком. Психологія корпоративної символіки. Сугестивні психотехнології в рекламі. Психологія відношення до реклами. Психологія світла, кольору та форми в рекламі. Психотехнології торгових ярмарків і виставок. Психотехнологія ефективних презентацій. Психологічна ефективність реклами. Метод фокус-груп у дослідженні споживчих інтересів в рекламі.
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», «Психодіагностика».
Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Психологія реклами : навч.-метод. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад. Н. Л. Шеленкова. Умань : Візаві, 2020. 258 с. 2. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 384 с. 3. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский и др. Харьков: Гуманитарный центр, 2001. 404 с. 4. Владимирська А. Реклама: навч. посіб. Київ: Кондор, 2006. 334 с. 5. Власова П.К. Психология рекламы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 320 с. 6. Гупаловська В.А. Психологія реклами: навч. посіб. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 384 с.
Поточний контроль	Виконання практичних завдань, тестовий контроль, виконання завдань самостійної роботи, ІНДЗ.
Підсумковий контроль	залік

Розробник



Шеленкова Н.Л.