

**Силабус навчальної дисципліни  
«ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ»**

**Галузь знань:** 05 Соціальні та поведінкові науки

**Спеціальність:** 053 Психологія

**Освітня програма:** Психологія

**Рівень вищої освіти:** перший (бакалаврський)

**Курс:** III

**Семестр:** 6

|  |   |
|--|---|
| <b>Факультет</b>   | ФСПО  |
| <b>Кафедра</b>   | Психології  |
| <b>Викладач(-і)</b>                                      | <b>ПІБ:</b> Шеленкова Наталія Леонідівна<br><b>Посада:</b> кандидат наук, доцент кафедри психології<br><b>E-mail</b> (корпоративна електронна адреса): n.l.shelenkova@udpu.edu.ua   |
| <b>Лінк на освітній контент дисципліни</b>               | <a href="https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=3193">https://moodle.dls.udpu.edu.ua/course/view.php?id=3193</a>   |
| <b>Статус дисципліни</b>                                 | Навчальна дисципліна вибіркового компонента   |
| <b>Загальний обсяг дисципліни: кредити ЄКТС / години</b> | 4/120   |
| <b>Обсяг дисципліни (години) та види занять</b>          | <b>Денна форма:</b> лекції (30 год.), практичні (30год.), самостійна робота (60 год.)   |
|  | <b>Заочна форма:</b> лекції (6 год.), практичні (8 год.), самостійна робота (106 год.)  |
| <b>Політика дисципліни</b>                               | <p><b>Академічна доброчесність.</b> 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><b>Відвідування занять.</b> 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><b>Креативна ініціатива здобувача вищої освіти.</b> 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, прагнєнні до винаходів, творчості, зокрема і в науковій діяльності.</p> |
| <b>Що будемо вивчати?</b>                                | Навчальна дисципліна «Психологія реклами» знайомить здобувачів із психологічними процесами та явищами, що характеризують рекламну діяльність та впливають на її ефективність.   |
| <b>Чому це треба вивчати?</b>                            | Для забезпечення загальної теоретичної підготовки здобувачів у розумінні психологічної природи та сутності реклами, а також оволодіння основними навичками психологічного забезпечення рекламної діяльності.  |
| <b>Яких результатів можна досягнути?</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- раціонально планувати діяльність, створювати для неї умови і визначати її завдання; готуватись до публічного виступу;</li> <li>- організувати суб'єкт – суб'єкту психологічну взаємодію;</li> <li>- застосовувати ораторські навички і прийоми активного слухання.</li> </ul> <p>У результаті вивчення дисципліни здобувачі мають сформулювати, вдосконалити такі <i>soft skills</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- комунікативні навички;</li> <li>- емоційний інтелект;</li> <li>- стресостійкість;</li> </ul>  |

|  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- позитивне мислення;</li> <li>- вміння розв'язувати комплексні складні проблеми і задачі.</li> </ul>  |
| <b>Як можна використати набуті знання та уміння?</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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;</li> <li>- оволодіти усіма проблемами психологічного впливу реклами і її психологічною ефективністю; вміти формувати та використовувати спеціальні психотехнології реклами в просуванні товарів на ринок;</li> <li>- формувати у населення ефективні рекламні образи (іміджі) товарів (послуг) близькі майбутнім споживачам (цільовим групам); здійснювати ефективний рекламних вплив на поведінку споживача за допомогою реклами.</li> </ul>                              |
| <b>Зміст дисципліни</b>  | <p>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 .</p>   |
| <b>Обов'язкові завдання</b>  | Опрацювання теоретичного матеріалу, виконання практичних та самостійних завдань, поточного, підсумкового контролю та ІНДЗ.  |
| <b>Міждисциплінарні зв'язки</b>  | Міждисциплінарні зв'язки з дисциплінами «Соціальна психологія», «Загальна психологія», «Психодіагностика».  |
| <b>Інформаційне забезпечення (з репозитарію, фонду бібліотеки УДПУ та ін.)</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>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.</li> <li>2. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 384 с.</li> <li>3. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский и др. Харьков: Гуманитарный центр, 2001. 404 с.</li> <li>4. Владимирська А. Реклама: навч. посіб. Київ: Кондор, 2006. 334 с.</li> <li>5. Власова П.К. Психология рекламы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 320 с.</li> <li>6. Гупаловська В.А. Психологія реклами: навч. посіб. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. 384 с.</li> </ol> |
| <b>Поточний контроль</b>   | Виконання практичних завдань, тестовий контроль, виконання завдань самостійної роботи, ІНДЗ.  |
| <b>Підсумковий контроль</b>  | залік   |

Розробник



Шеленкова Н.Л.