НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ДЗВО «УНІВЕРСИТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ОСВІТИ»
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ НЕПЕРЕРВНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ РЕКЛАМИ»

Галузь знань	С «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»
Спеціальність	С4 «Психологія»
Освітня програма	Психологія
Рівень вищої освіти	другий (магістерський)
Компонент освітньо-професійної програми	вибірковий
Мова викладання	Українська
Форма навчання	Заочна
Семестр	1
Кількість кредитів ECTS / загальна кількість годин	4 / 120
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції – 10 год.
	Практичні – 10 год.
	Самостійна робота – 100 год.
Форма підсумкового контролю	Залік
Сторінка курсу на платформі Teams	Доступ надається в індивідуальному порядку

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна **«Психологія реклами»** є вибірковою професійно-орієнтованою дисципліною, яка спрямована на формування у студентів системних знань про психологічні механізми рекламного впливу, закономірності сприйняття рекламних повідомлень та поведінки споживачів, а також розвиток практичних навичок створення ефективних рекламних комунікацій з урахуванням психологічних особливостей цільової аудиторії.

Мета навчальної дисципліни **«Психологія реклами»**: поглиблення знань і оволодіння теоретичними знаннями, практичними навичками у сфері психології реклами, формування компетентностей для професійного аналізу рекламних комунікацій, розробки психологічно обґрунтованих рекламних стратегій та оцінки їх ефективності.

Основними **завданнями** є:

вивчення теоретичних основ психології реклами та її місця в системі психологічних наук;

аналіз психологічних механізмів впливу реклами на свідомість та поведінку споживачів;

освоєння методів дослідження ефективності рекламних повідомлень;

формування навичок створення психологічно ефективних рекламних комунікацій;

розвиток умінь аналізувати споживчу поведінку та сегментувати цільову аудиторію;

вивчення етичних аспектів рекламної діяльності та психологічного впливу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти повинен **знати**:

теоретичні основи психології реклами, її предмет та місце в системі психологічних наук;

психологічні механізми впливу реклами на свідомість, емоції та поведінку споживачів;

закономірності сприйняття рекламних повідомлень та чинники їх ефективності;

методи дослідження споживчої поведінки та психологічної ефективності рекламних комунікацій;

принципи сегментування цільової аудиторії та психологічного обґрунтування рекламних стратегій;

етичні норми рекламної діяльності та межі допустимого психологічного впливу на споживача.

уміти:

аналізувати психологічні механізми впливу реклами на свідомість і поведінку різних груп споживачів;

застосовувати методи дослідження для оцінки ефективності рекламних повідомлень та кампаній;

розробляти психологічно обґрунтовані рекламні комунікації з урахуванням особливостей цільової аудиторії;

здійснювати психологічний аналіз та експертизу рекламних матеріалів;

виявляти маніпулятивні техніки у рекламі та оцінювати їх відповідність етичним стандартам.

Під час вивченя навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні Soft skills:

критичне споживацьке мислення: уміння розпізнавати психологічні техніки впливу в рекламних повідомленнях; здатність аналізувати комерційний контент усвідомлено та незалежно від маніпулятивних прийомів;

креативність і прикладне мислення: навички генерування ідей для ефективних комунікацій із психологічним підґрунтям; уміння поєднувати наукові знання з творчим підходом до вирішення практичних завдань;

етична відповідальність: усвідомлення соціальних наслідків рекламного впливу на суспільство; здатність відстоювати професійно-етичні межі при роботі у сфері маркетингових комунікацій;

командна робота та проєктне мислення: навички спільної розробки та презентації комунікаційних проєктів; уміння розподіляти ролі, координувати зусилля команди та досягати спільного результату.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Теоретичні основи психології реклами**.**

Тема 2. Психологія сприйняття та обробки рекламної інформації**.**

Тема 3. Психологія споживчої поведінки та мотивація**.**

Тема 4. Психологічні аспекти створення рекламних комунікацій**.**

Тема 5. Дослідження ефективності реклами та етичні аспекти**.**

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В. Ф. Іванова, В. В. Різуна. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2019. 431 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. 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.

4. Прищенко С. В. Рекламні комунікації. Плакат і нові медіа (дискурсивні дослідження медіадизайну). Київ : Кондор, 2023. 287 с.

5. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева, Є.Д. Скулиш, О.Д. Бойко, В.В. Остроухов; за заг. ред. Є.Д. Скулиша. К.: Наук. вид. відділ НА СБ України, 2017. 248с.

Інформаційні ресурси

1. Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О. Сухомлинського: офіційний сайт: [Електронний ресурс]. URL: https://dnpb.gov.ua
2. Електронна бібліотека НАПН України: офіційний сайт: [Електронний ресурс]. URL: https://lib.iitta.gov.ua
3. Закон України «Про вищу освіту»: [Електронний ресурс]. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18
4. Міністерство освіти і науки України: офіційний сайт: [Електронний ресурс]. URL: www.mon.gov.ua
5. Навчально-інформаційний портал БІНПО: офіційний сайт: [Електронний ресурс]. URL: https://binpo.com.ua