

СИЛАБУС (SYLLABUS)

Назва	Інформація
<i>Назва дисципліни</i>	<i>Психологія реклами</i>
П.І.П.	Хлонь Олександр Михайлович
Науковий ступінь	Кандидат психологічних наук
Вчене звання	
Посада	Доцент кафедри психології КНТЕУ
Адреса кафедри	М. Київ, вул. Чигорина 57 каб. 410
Контактний телефон	
E-mail	AlexKhlon@i.ua
Електронна сторінка курсу в системі дистанційного навчання	http://ldn.knute.edu.ua/
Консультації	Відповідно до графіку індивідуальних консультацій, що розміщений на офіційному сайті КНТЕУ (сторінка кафедри психології).
освітній ступінь	бакалавр / bachelor
галузь знань	05 Соціальні та поведінкові науки / Social and behavioral sciences
спеціальність	053 Психологія / Psychology
Загальна характеристика	Кількість годин – 90 Кількість кредитів – 3 Співвідношення аудиторних занять і годин самостійної роботи – 28/62 Мова навчання: українська Форма підсумкового контролю: - залік Формат навчання: Очний (offline)
Преквізити	Вивчення дисципліни базується на знаннях з таких дисциплін, як: «Загальна психологія», «Практична психологія», «Соціальна психологія», «Етика бізнесу», «Основи менеджменту», «Психологія іміжу», «Міжособистісні комунікації», «Соціологія».
Анотація	Дисципліна охоплює всі тематичні блоки, що необхідні для формування системи спеціальних знань про базові поняття, проблематику та можливості застосування психології реклами, що допоможе сформувати цілісне уявлення про особливості сучасної культури постмодерного суспільства, яке необхідне в оволодінні професійними навичками проектування та реконструкції споживчих образів.
Технічне й програмне забезпечення	Вивчення дисципліни передбачає використання комп'ютерної техніки і програмних продуктів

	(візуальних засобів моделювання): CorelDRAW 2018, Microsoft PowerPoint Microsoft Word 2016, Photoshop Sony Vegas Pro
Методи навчання	Поєднання традиційних і нетрадиційних методів навчання з використанням інноваційних технологій: <ul style="list-style-type: none"> - лекції (оглядова/тематична/проблемна) - семінарські / практичні /(тренінг /презентація/дискусія/комунікативний метод / модерація /фасилітація / «мозковий штурм»/ тренажерні завдання /метод кейс-стаді/робота в малих групах та ін.).
Мета і завдання	<p><i>метою</i> вивчення дисципліни є отримання уявлень про основні методологічні підходи до рекламної діяльності як багаторівневої комунікації у контексті психології та основні методи дослідження споживчих інтересів і психологічних механізмів рекламного впливу, а також, набуття компетентностей щодо оцінково-аналітичного сприймання та створення психологічно ефективного рекламного продукту.</p> <p>Вивчення дисципліни передбачає вирішення таких <i>завдань</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ознайомити аспірантів з основними проблемами психології реклами у світлі сучасних психологічних досліджень; ▪ з'ясувати перцептивно-когнітивні механізми формування рекламних образів; ▪ визначити базові механізми, прийоми і техніки рекламного впливу на психіку людини та культуру соціуму; ▪ розкрити психологічні особливості споживчого ставлення до різних видів сучасної реклами; ▪ проаналізувати проблеми психологічної ефективності та безпеки реклами в процесах індивідуалізації та соціалізації людини у сучасному суспільстві
Результати навчання	<p>Дисципліна спрямована на здобуття таких компетентностей:</p> <p>Загальні компетентності:</p> <p>ЗК 2 Набуття універсальних навичок дослідника, зокрема усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою, застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності, організації та проведення навчальних занять, управління науковими проектами та/або складення пропозицій щодо фінансування</p>

наукових досліджень, реєстрації прав інтелектуальної власності в обсязі кредитів ЄКТС відповідно до стандарту вищої освіти

ЗК 3 Здатність оволодіти загальнонауковими (філософськими) компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики психолога та загального культурного кругозору в обсязі кредитів ЄКТС відповідно до стандарту вищої освіти

Фахові компетентності:

ФК 1 Здобуття глибинних знань із спеціальності «Психологія», науковим напрямом за яким аспірант проводить дослідження, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань за обраною спеціальністю, оволодіння термінологією з досліджуваної проблеми в обсязі кредитів ЄКТС відповідно до стандарту вищої освіти.

ФК 2 Здатність виконувати оригінальні експериментальні дослідження, обґрунтовувати психодіагностичний інструментарій, досягати наукових результатів, які створюють нові знання у психології та дотичних до неї міждисциплінарних напрямках і можуть бути опубліковані у провідних наукових виданнях з психології та суміжних галузей

ФК 4 Здатність ініціювати наукові проекти в галузі реклами, соціальної психології, психології управління, або ж за науковим напрямом аспіранта і реалізовувати їх на практиці

ФК 6 Здатність дотримуватись професійної етики психолога, а також правил академічної доброчесності в наукових дослідженнях та науково-педагогічній діяльності

1. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ ТА РОЗПОДІЛ ГОДИН ЗА ТЕМАМИ (ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН)

№ п/п	Назва теми	Кількість годин			Форми контролю	
		Усього годин/ кредитів	з них			
			лекції	практичні (семінарські) заняття / МК		самостійна робота
1	Загальнотеоретичні питання психології реклами	8	2		6	О, РП
2	Вплив основних напрямів психології на розвиток реклами	8	2	2	4	О, ТЗ
3	Види рекламної діяльності	8	2		6	О, РП, ТЗ
4	Психологія мотивації в рекламі	8	2	2	4	О, КП, ТЗ, К
5	Засоби психологічного впливу в рекламі	8	2		6	О, Т, Е, К
6	Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів	10		2	8	О, Т, ОК
7	Психологічні особливості впливу реклами у масових комунікаціях	10	2		8	Т, ТЗ
8	Методи активізації пошуку творчих ідей	10	2	2	6	О, ТЗ
9	Психологічна ефективність реклами	10		2	8	О, РП, ПЗ
10	Соціокультурні проблеми рекламної діяльності	10	2	2	6	О, Т, ТЗ
Разом:		90/3	16	12	62	
Підсумковий контроль – екзамен						

скорочення:

О – обговорення;

Т – тестування;

КП – конспект першоджерела.

ТЗ, РП – обговорення творчого завдання;

Е, Д, К – обговорення есе, дайджесту, колажу;

ОК – оформлення кейсу;

