Національний університет водного господарства та природокористування

# ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**1. Код:** ВК 1

**2. Назва:** Психологія реклами;

**3. Тип:** *вибірковий*;

**4. Рівень вищої освіти:** *І (бакалаврський);*

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** *2*;

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** *3;*

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 3;

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Оксентюк Н.В., канд. психол. н., доц.

**9. Результати навчання:** *після вивчення дисципліни студент повинен бути здатним:*

Знати основи формування та психологічного конструювання ефективних рекламних образів товарів, послуг, ідей, а також уміти формувати, використовувати та застосовувати спеціальні психотехнології реклами для ефективного впливу на просування товарів, послуг, ідей на ринку.

**10. Форми організації занять:** *навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, контрольні заходи*;

**11. Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** дисципліни, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідного рівня вищої освіти;

**Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Соціальна психологія», «Психологія особистості», «Основи консультування».

**12. Зміст курсу:** *(перелік тем)* Теоретичні та методологічні основи психології реклами.

Психічні процеси в рекламі. Самореклама як психологічна основа рекламної діяльності. Психологія мотивації споживачів в рекламній діяльності. Методи психологічного впливу реклами на споживача. Психотехнологічне мистецтво реклами. Психологія реклами в маркетингу. Психологія реклами в засобах масової інформації. Психологічні проблеми рекламної діяльності з точки зору культури і суспільства.

**13. Рекомендовані навчальні видання:**


1. Бутенко Н.Ю. Соціальна психологія в рекламі: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2006. — 384 с.
2. Психологія реклами / За ред. Коваленко Р.В. – К., 2001. – 315 с.
3. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы. 2-е изд. СПб., 2007.
4. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. Новосибирск, 2009.
5. Райгородский Д. Я. Психология и психоанализ рекламы. М., 2007.
6. Ценев В. Психология рекламы. Реклама, НЛП и 25-й кадр. М., 2007.


**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

*20 год. лекцій, 24 год. семінарських робіт, 76 год. самостійної роботи. Разом – 120 год.*

*Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, елементи тренінгу, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.*

**15. Форми та критерії оцінювання:**

*Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою. Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування, творчі роботи, залікова робота.*

**16. Мова викладання:** українська.

Завідувач кафедри *Олексін Юрій Петрович, д.пед. наук, професор*

Розробник опису дисципліни *Оксентюк Наталія Володимирівна, к.психол.н.*

Національний університет водного господарства та природокористування

# DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE

1. **Code**:
2. **Title**: Projective methods of personality research;
3. **Type**: selective;
4. **Higher educational level**: I (Bachelor);
5. **Year** of study, when the discipline is proposed: 2;
6. **Semester** when studying discipline: *3*;
7. **Number of established ECTS credits**: 3;
8. **Surname, initials of the lecturer / lecturers, scientific degree, position**: Oksentiuk N.V., k.psyhol.n, Assoc.
9. **Results of studies**: after studying the discipline, the student must be able to:

To know the basics of formation and psychological construction of effective advertising images of goods, services, ideas, as well as to be able to form, use and apply special advertising psychotechnologies to effectively influence the promotion of goods, services and ideas in the market.

11. • **Disciplines preceding the study of the specified discipline**: disciplines that directly form the competence of the specialist of the corresponding level of higher education;
    • Disciplines studied in conjunction with the specified discipline (if necessary):

"Social Psychology", "Personality Psychology", "Fundamentals of Counseling".

12. **Course content**: (list of topics) Theoretical and methodological foundations of the psychology of advertising.

Mental processes in advertising. Self-promotion as the psychological basis of advertising. Psychology of consumer motivation in advertising. Methods of psychological impact of advertising on the consumer. Psychotechnical art of advertising. Psychology of advertising in marketing. Psychology of advertising in the media. Psychological problems of advertising in terms of culture and society.

13. **Recommended educational editions**:

1. Butenko N.Yu. Soczi`al`na psikhologi`ya v reklami`: Navch. posi`b. — K.: KNEU, 2006. — 384 s.
2. Psikhologi`ya reklami / Za red. Kovalenko R.V. – K., 2001. – 315 s.
3. Lebedev-Lyubimov A. N. Psikhologiya reklamy`. 2-e izd. SPb., 2007.
4. Mokshanczev R. I. Psikhologiya reklamy`. Novosibirsk, 2009.
5. Rajgorodskij D. Ya. Psikhologiya i psikhoanaliz reklamy`. M., 2007.
6. Czenev V. Psikhologiya reklamy`. Reklama, NLP i 25-j kadr. M., 2007.

14. **Planned types of educational activities and teaching methods**:

12 hours Lectures, 18 hours. Workshop, 60 hours. Independent work. Together - 90 hours.

**Methods**: interactive lectures, elements of problem lecture, individual tasks, case methods, individual and group research tasks, use of multimedia.

15. **Forms and assessment criteria**:

The assessment is carried out on a 100-point scale.

Current control (100 points): testing, creative work, set-up work.

16. **Language of teaching**: Ukrainian.

Head of the department — Oleksin Yuriy Petrovich, D.ped. Sciences, professor

The developer of the description of discipline — Oksentiuk Natalia Volodymyrivna, k.psyhol.n.