МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ

Кафедра ПСИХОЛОГІЇ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Декан факультету

соціальної педагогіки та психології

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.В. Пономаренко

\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали та прізвище)

«\_\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 р.

**Психологія реклами**

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

підготовки бакалавра

спеціальності 053 – «Психологія»

освітньо-професійна програма “Психологія”

**Укладач** Лукасевич О.А., к.психол.н., доцент кафедри психології

|  |  |
| --- | --- |
| Обговорено та ухвалено  на засіданні кафедри психології  Протокол № 1 від “\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 р.  Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.О. Губа | Ухвалено науково-методичною радою  факультету соціальної педагогіки та психології  Протокол № 1\_від “\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_2021 р.  Голова науково-методичної ради факультету \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ І.В. Козич |

2021

**1. Опис навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Найменування показників** | **Галузь знань,**  **напрям підготовки,**  **рівень вищої освіти** | **Характеристика навчальної дисципліни** | |
| денна форма навчання | заочна форма навчання |
| Кількість кредитів – | Галузь знань  **05** - «Соціальні та поведінкові науки» | Вибіркова | |
| Розділів – 2 | Спеціальність  **053** - «Психологія» | **Рік підготовки:** | |
| Загальна кількість годин – | 2-й |  |
| **Лекції** | |
| Тижневих годин для денної форми навчання:  аудиторних – 2 год.  самостійної роботи студента – 56 год. | Освітньо-професійна програма «Психологія» | 10 год. |  |
| **Семінарські** | |
| 22 год. |  |
| Рівень вищої освіти: **магістр** | **Самостійна робота** | |
| 56 год. | 80 год. |
| **Вид підсумкового контролю**:  залік | |

### **2. Мета та завдання навчальної дисципліни**

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Психологія реклами» є формування у студентів системних уявлень про психологічні закономірності рекламних явищ, про психологічні методи дослідження та оптимізацію цих явищ, про психологічні особливості діяльності спеціалістів у сфері реклами.

Основними **завданнями** вивчення дисципліни « Психологія реклами» є:

* отримати цілісне уявлення про основні теоретичні положення теорії та практики психології реклами;
* поглиблення теоретичної компетентності студентів у розумінні та поясненні соціально-психологічних феноменів реклами;
* вміти проводити психологічний аналіз змісту інформації в рекламі.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:**

* основні напрямки розвитку реклами;
* механізми впливу реклами на людину, закономірності основних явищ рекламної діяльності;
* методологію та методику прикладних психологічних досліджень в рекламі.

**вміти:**

* орієнтуватись у специфіці психологічних концепцій реклами та виборі методів інструментального психологічного дослідження;
* використовувати знання для вирішення практичних задач в сфері рекламної діяльності;
* визначати напрямки вдосконалення рекламної діяльності;
* виявляти і аналізувати психологічні механізми психічного роз;
* досліджувати специфіку психічного розвитку людини;
* проводити порівняльний аналіз особливостей розвитку людини на різних етапах онтогенезу.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні досягти таких **компетентностей**:

*Інтегральні компетентності:*

* вміти розв’язувати комплексні проблеми в процесі здійснення психологічної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань з теорій особистості та формування еклективного підходу до вирішення завдань психологічної практики;
* оволодіти методологією наукової, науково-дослідної та науково-педагогічної діяльності;
* проводити власне самостійне наукове емпіричне дослідження, що ґрунтується на принципах академічної доброчесності, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

*Загальні компетентності:*

* мати здатність розвиватись і навчатись;
* мати здатність до критики й самокритики;
* володіти базовими знаннями фундаментальних наук, в обсязі, необхідному для освоєння загальнопрофесійних дисциплін;
* бути здатним до науково-дослідницької роботи.

*Спеціальні компетентності:*

* знати принципи структурної й функціональної організації психіки та психічних явищ; особливості застосування заходів психологічної допомоги та їх вплив на стан здоров’я людини;
* вміти пояснити шляхи зміцнення здоров’я в контексті стану конкретного клієнта; ефективність психологічної допомоги для відновлення і підтримки психічного стану людини; необхідність профілактичних заходів психологічної допомоги;
* мати здатність працювати автономно, нести відповідальність за достовірність озвученої інформації;
* знати основи патології психічного розвитку; принципи застосування та вплив засобів та методів психологічної допомоги;
* вміти інтегрувати знання про психологічні процеси та їх порушення, що стосуються стану конкретного клієнта.

**Міждисциплінарні зв’язки.**

Курс «Психологія реклами» базується на таких психологічних дисциплінах, як соціальна психологія, економічна психологія, психологія особистості.

**3. Програма навчальної дисципліни**

### **Розділ 1. Загальна проблематика психології реклами**

### Тема 1. Вступ у психологію реклами

Предмет та завдання психології реклами. Методологія психології реклами: основні методологічні принципи. Закон про рекламу. Реклама як невід’ємна частина ЗМІ. Функції реклами. Історія використання психології сприйняття в рекламі. Перші згадування про рекламу. Рекламні маніпуляції на Русі.

*Тема 2. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів.*

Рекламний образ. Когнітивний компонент сприйняття людиною рекламної інформації. Основні способи привертання уваги споживачів. Психологічні закономірності запам’ятовування рекламної інформації. Основні методи стимулювання запам’ятовування реклами без набридання. Роль відчуттів, уваги і мислення у формуванні рекламного образу. Пам’ять та її роль у формуваннні рекламного образу. Психологія сприйняття у рекламі.

*Тема 3. Психологічна безпека в рекламі.*

Психологічні загрози в рекламі. Поняття «психологічна безпека реклами». Види загрози в залежності від особливостей шкідливого фактору, характеру мішені. Маніпуляція в рекламі. Види маніпуляції в рекламі. Мовне маніпулювання в рекламі. Класифікація прийомів прихованої реклами. Методи презентації прихованої реклами. Психологічна специфіка прихованих рекламних акцій.

### **Розділ 2. Особливості психологічного впливу реклами.**

### Тема 4. Вплив реклами на поведінку споживача.

Психологічні характеристики поведінки споживача, цільової аудиторії. Підходи до вивчення поведінки споживача. Прийоми управління поведінкою споживача. Фактори, які визначають потреби і поведінку людини: культурні, субкультурні, соціальні, гендерні, індивідуальні психологічні відмінності. Потреби та потребнісна мотивація в рекламі. Використання стереотипів та установок у рекламі. Основні властивості стереотипів. Основні прийоми виявлення установок та стереотипів цільової аудиторії.

*Тема 5. Психоаналітичні феномени в рекламі.*

Психоаналіз в рекламі. Ідеї психоаналізу у сучасній рекламі. Використання психоаналітичних феноменів в рекламі. Реклама як своєрідний соціальний міф. Використання в рекламі архетипів: матері, батька, героя, захисника, дитини. «Міфілогічна аргументація» в рекламі. Типові алгоритми для «міфілогічної аргументації» в рекламі. Транзактний аналіз в рекламі.

**4. Структура навчальної дисципліни**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Назви тематичних розділів і тем | Кількість годин | | | | | | | |
| денна форма | | | | заочна форма | | | |
| усього | у тому числі | | | усього | у тому числі | | |
| л | сем. | сам. роб. | л | сем. | сам. роб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|  | | | | | | | | |
| **Розділ 1. Загальна проблематика психології розвитку** | | | | | | | | |
| Тема 1. Вступ у психологію реклами |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| Тема 2. Закономірності розвитку психіки в онтогенезі. |  | 2 | 6 |  |  |  |  |  |
| Тема 3. Теорії розвитку психіки в онтогенезі. |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| Разом за розділом 1 |  |  | 14 |  |  |  |  |  |
| **Розділ 2. Особливості психологічного впливу реклами** | | | | | | | | |
| Тема 4. Особливості психічного розвитку у періоди вікових криз. |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| Тема 5. Перинатальна психологія. |  | 2 | 4 |  |  |  |  |  |
| Разом за розділом 2 |  | 10 | 8 |  |  |  |  |  |
| **Розділ 2. Особливості психічного розвитку людини у різні вікові етапи.** | | | | | | | | |
| Тема 6. Психічний розвиток у дитинстві. |  | 2 | 2 |  |  |  |  |  |
| Тема 7. Психічний розвиток у дошкільному віці. |  | 2 | 2 |  |  |  |  |  |
| Тема 8. Психічний розвиток підлітків. |  | 2 | 2 |  |  |  |  |  |
| Тема 9. Психічний розвиток у період молодості. |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 10. Період зрілості. |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| Тема 11. Період пізньої зрілості. |  | 2 |  |  |  |  |  |  |
| Разом за розділом 2 |  | 12 |  |  |  |  |  |  |
| УУсього годин |  | 22 |  |  |  |  |  |  |

**5. Теми лекційних занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  теми з/прогр. | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Вступ у психологію реклами | 2 |
| 2 | Закономірності розвитку психіки в онтогенезі | 2 |
| 3 | Теорії розвитку психіки в онтогенезі. | 2 |
| 4 | Особливості психічного розвитку у періоди вікових криз | 2 |
| 5 | Перинатальна психологія. | 2 |
| Разом | | 10 |

**6. Теми семінарських занять**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  теми  з/прогр. | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Вступ у психологію реклами | 2 |
| 2 | Закономірності розвитку психіки в онтогенезі. | 2 |
| 3 | Теорії розвитку психіки в онтогенезі. | 2 |
| 4 | Психічний розвиток у ранньому дитинстві. | 2 |
| 5 | Психічний розвиток у молодшому шкільному віці. | 2 |
| 6 | Психічний розвиток у період юності. | 2 |
| Разом | | 12 |

**7. Самостійна робота**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва теми | Кількість  годин |
| 1 | Вступ у психологію розвитку.  *Завдання:* Підготувати доповідь на тему: “Методи психології розвитку в нормі та патології”. | 9 |
| 2 | Закономірності розвитку психіки в онтогенезі.  *Завдання:* пояснити співвідношення понять “норма” та “патологія”. | 10 |
| 3 | Теорії розвитку психіки в онтогенезі.  *Завдання:* порівняти погляди вітчизняних і зарубіжних психологів на специфіку формування і функціонування психічних особливостей людей. | 9 |
| 4 | Перинатальна психологія.  *Завдання:* скласти програму-схему дослідження особливостей розвитку людини у пренатальний період. | 9 |
| 5 | Психічний розвиток у період юності.  *Завдання:* скласти програму-схему дослідження особливостей розвитку людини у дитинстві, підлітковому та юнацькому віці. | 10 |
| 6 | Період пізньої зрілості.  *Завдання:* скласти програму-схему дослідження особливостей розвитку у період дорослості, зрілості і старіння. | 9 |
| Разом | | 56 |

**8. Види контролю і система накопичення балів**

Накопичення балів студентами відбувається у період вивчення дисципліни на підставі проведення викладачем двох основних видів контролю: **поточного (**перевірка рівня засвоєння студентами навчального матеріалу в обсязі певної теми чи окремого розділу) та **підсумкового (**перевірка рівня засвоєння студентами навчального матеріалу по завершенню курсу).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поточне тестування та самостійна робота | | | Залік | Сума |
| Розділ 1 | Розділ 2 |  |  |  |
| 30 | 30 |

Максимальна кількість балів за результатами поточного контролю складає 60 балів, з яких:

- 30 - за теоретичні знання (доповіді на семінарських заняттях, проходження поточного тестування);

- 30 - за практичні вміння (проведення діагностичних процедур на семінарських заняттях, виконання і презентація науково-дослідного завдання).

**Допуск до підсумкового контролю складає 35 балів.**

Максимальна кількість балів за результатами підсумкового контролю складає 40 балів, з яких:

- 20 балів - за теоретичні знання - усна відповідь на поставлені питання;

- 20 балів - за практичні вміння – вирішення конкретного практичного завдання у межах проблематики курсу.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Вид контрольного заходу | | Кількість  контрольних заходів | | Кількість  балів за  1 захід | | Усього балів | |
| 1 | Поточні контрольні заходи: усне опитування і обговорення запитань до семінарського заняття, термінологічний диктант, робота у групі.  *Термін виконання: під час проведення семінарських занять.* | | 6 | | 5 – повна і вірна відповідь, володіння студентом основними поняттями | | 44 | |
| 2 | Виконання науково-дослідного завдання: проведення психодіагностичного дослідження з людьми різного віку  *Термін виконання: упродовж тижня після проведення лекційного заняття з останньої теми.* | | 1 | | 20 – наявність якісно оформленого звіту | | 20 | |
| 3 | Підсумкове тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу 1.  *Термін виконання: упродовж тижня після проведення лекційного заняття з останньої теми Розділу 1 .* | | 1 | | 8 – максимальна кількість правильних відповідей на питання тестового контролю | | 8 | |
| 4 | Підсумкове тестування за результатами вивчення матеріалу Розділу 2.  *Термін виконання: упродовж тижня після проведення лекційного заняття з останньої теми Розділу 2 .* | | 1 | | 8 – максимальна кількість правильних відповідей на питання тестового контролю | | 8 | |
| 5 | Залік | Залік (1 теоретична складова). Відповідь на питання для перевірки якості засвоєння теоретичного матеріалу курсу.  *Термін виконання: згідно з розкладом екзаменаційно-залікової сесії.* | | 1 | | 20 - повна і вірна відповідь, володіння студентом основними поняттями, логічність та доказовість висновків, самостійність теоретичних суджень | | 10 | |
| Залік (2 практична складова). Вирішення конкретного практичного завдання у межах проблематики курсу.  *Термін виконання: згідно з розкладом екзаменаційно-залікової сесії.* | | 1 | | 20 – демонстрація вміння вирішувати практичні ситуації на творчому рівні | | 10 | |
| Усього | | |  | |  | | 100 | |

***Критерії оцінювання роботи на семінарських заняттях:***

*Оцінка «відмінно»:*

− свідоме, правильне, глибоке й повне засвоєння і розуміння програмного матеріалу;

− виклад матеріалу впевнений, логічний, лаконічний, аргументований;

− уміння аналізувати відповідні положення, поняття, твердження;

− самостійне, творче застосування знань.

*Оцінка «добре»:*

− свідоме з незначними помилками та прогалинами засвоєння програмного матеріалу, які студент спроможний виправити після зауважень або за допомогою викладача;

− самостійне репродуктивне застосування знань;

− деякі порушення логіки та послідовності відповіді.

*Оцінка «задовільно»:*

− механічне, фрагментарне засвоєння матеріалу із великими прогалинами;

− порушення логіки та послідовності відповіді, недостатня самостійність мислення.

− репродуктивне застосування знань за вказівками викладача.

*Оцінка «незадовільно:*

− відсутність знань, умінь та навичок;

− несвідоме, механічне, фрагментарне засвоєння матеріалу з великими прогалинами;

− відсутність самостійності, неспроможність виправити помилки при зауваженні чи додаткових запитаннях.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | За шкалою **університету** | **За національною шкалою** | |
| ЕЕкзамен | ЗЗалік |
| A | 90 – 100  (відмінно) | 55 (відмінно) | ЗЗараховано |
| B | 85 – 89  (дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84  (добре) |
| D | 70 – 74  (задовільно) | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69  (достатньо) |
| FX | 35 – 59  (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34  (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**9. Рекомендована література**

**Основна**:

1. Гуревич, П.С. Психология рекламы: учебник / П.С. Гуревич. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с.
2. Мандель, Б.Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 381 с.
3. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія реклами: навчальний посібник / Л.Е. Орбан-Лембрик. – К.: Альма-матер, 2010. – 544 с.
4. Психология рекламы: Учеб. пособие / Р.И. Мокшанцев; Науч. ред. М.В. Удальцова; НГА экономики и управления. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сиб. согл., 2008. - 230 с.

**Додаткова**:

1. Заброцький М. М. Основи вікової психології. Навчальний посібник. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2004. – 112 с.
2. Кузікова С. Б. Теорія і практика вікової психокорекції: Навчальний посібник. Суми: ВТД «Університетьська книга»; 2006. – 384с.
3. Кузьменко В. У. Розвиток індивідуальності дитини 3-7 років: монографія / В. У. Кузьменко. Київ: НПУ ім.М. П. Драгоманова, 2005. – 354 с.
4. Кутішенко В. П. Вікова та педагогічна психологія: (курс лекцій): навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. П. Кутішенко; М-во освіти і науки України, Ін-т соц. робота та упр. НПУ ім. М. П. Драгоманова. Київ: Центр навч. л-ри, 2005. – 128 с.
5. Павелків Р. В. Дитяча психологія: навч. посіб. для самост. роботи студ. / Р. В. Павелків, О. П. Цигипало. Київ: Ака-демвидав, 2011. – 373 с.
6. Пиаже Ж. Речь и мышление ребенка: пер. с фр. и англ. / Ж. Пиаже. Москва: Педагогика-Пресс, 1994. – 528 с.
7. Эриксон Э. Идентичность: юность, кризис. / Э. Эриксон. Москва, 1996. – 344 с.

**Інформаційні ресурси**:

1. twirpx.com/file/524552/
2. knigi.tr200.ru/f.php?f...p=0
3. student-library.net/.../86-1-0-1043
4. alleng.ru/edu/philos3.htm
5. monsimulacres.at.ua/load/12 ladoshki.com/?books...29
6. chitalka.info/gumaniratni\_nauki.html
7. konspect.com/philosophy.html
8. iphonebooks.info/1310-flosofya-spscherba

Погоджено

з навчальним відділом

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Додаток

(роздруковується у разі внесення змін)

**Доповнення та зміни до робочої програми навчальної дисципліни**

**«\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»**

**(назва)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Протокол засідання кафедри  (дата та номер) | Внесені зміни | Підпис завідувача кафедри, дата |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |