**Практичне заняття 1**

***Тема 1. Психологія реклами як галузь знань***

1.Психологія рекламних комунікацій у науковій рецепції.

2. Моделі психологічного впливу рекламної комунікації.

3. Сучасний стан розвитку психології реклами.

4. Психологічні основи PR.

![check-mark[1]]()***Мета:*** *формування уявлення про історію розвитку психології реклами як галузі знань та особливостей її розвитку.*

🖉**Ключові слова**

*Психологія реклами, психологія PR, психологічний вплив, мотив, потреба, американська течія у психології реклами, німецька течія у психології реклами, сугестивна модель рекламної комунікації, маркетингова модель рекламної комунікації, соціально-психологічна модель рекламної комунікації, адвертологічна модель рекламної комунікації.*

**Навчальне завдання**

1. Схарактеризуйте сугестивну модель рекламної комунікації.
2. Окресліть своє розуміння маркетингової моделі психологічного впливу реклами.
3. Поясніть суть соціально-психологічної моделі рекламної комунікації.
4. Розкрийте особливості адвертологічної моделі рекламної комунікації.
5. Назвіть сучасні тенденції розвитку психології реклами.

 **Завдання для самостійного виконання**

1. До питань плану № 1 та № 2 створити інфографіку.
2. Укласти таблицю, де буде систематизовано моделі комунікації у психології реклами.
3. Ознайомитися із розділом «Психологія сприйняття і рекламний бізнес» підручника Н.Бутенко «Соціальна психологія у рекламі».

**Питання для самоконтролю**

1. Хто є засновником психології реклами у США?
2. Які течії виділяють у психології реклами?
3. Коли почала формуватися психологія реклами як самостійна прикладна область науково-психологічних знань?
4. Хто з науковців представляв німецьку течію психології реклами?
5. Які моделі комунікації виділяють у психології реклами?
6. Які принципи психології лежать в онові виникнення нейромаркетингу?
7. Які види нейромаркетингу існують?
8. Що є предметом психології PR?
9. Що таке нейроманія?
10. Які завдання повинен вирішити психолог-рекламіст?