



ПСИХОТЕНОЛОГІЇ РЕКЛАМИ ТА ПР

Викладач: Санакоєва Наталя Дмитрівна, к.філол.н, доцент

Профайл викладача: https://sites.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=37343&lang=ukr&news_code=sanako--va-nataliya-dmitrivna

Кафедра: соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, навчальний корпус ЗНУ № 2, ауд. 217

E-mail: n_sanakoyeva@ukr.net

Телефон: 289-12-17 (кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності)

Сторінка дисципліни на платформі СЕЗН (Moodle): <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2303>

Засоби зв'язку: на сторінці дисципліни форуми «ФОРУМ: новини а оголошення» та «ФОРУМ: on-line консультації з дисципліни», а також приватні повідомлення в СЕЗН ЗНУ.

ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Галузь знань 06 Журналістика	Кількість кредитів: 3	Статус дисципліни: Дисципліни вільного вибору здобувача освіти в межах спеціальності
Спеціальність 061	Загальна кількість годин: 90	Семестр: 3
Спеціалізація / Предметна спеціальність немає	Змістових модулів: 3	Аудиторна робота: 30годин Лекції: 10 год. Практичні заняття: 20 год. Самостійна робота здобувача освіти: 60год.
Освітньо-професійна програма <i>Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання</i>	Кількість поточних контрольних заходів: Вид підсумкового семестрового контролю: залік	
Рівень вищої освіти: бакалаврський		

ВИДИ ЗАНЯТЬ І РОЗКЛАД

Рік навчання 2023/2024	Семестр I: вересень - грудень	Термін навчання: 04.09.2023 –12.11.2023	Заліковий тиждень: 13.11.2023 – 19.11.2023		
Загальна кількість годин – 90	Форми організації освітнього процесу	Аудиторна/дистанційна робота		Самостійна робота здобувача освіти	Консультації викладача
	Види навчальних занять	лекційні	практичні		
Розподіл навчальних годин		10	20	60	2
Час проведення: за розкладом					

АНОТАЦІЯ

Метою викладання навчальної дисципліни «Психотехнології реклами та ПР» є формування у студентів системи знань про основні поняття, ідеї, принципи і

факти у психології реклами, синхронічні та діахронічні аспекти розвитку психології реклами, вироблення вмінь і навичок психотехнічного аналізу реклами та використання психотехнік при створенні рекламного контенту.

Програмні результати навчання.

ПР03.	Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами
ПР13.	Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально комунікаційних наук
ПР10.	Передбачати реакцію аудиторії на видавничий медіапродукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.
ПР15	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення
ПР 20.	Забезпечувати електронний ресурс відповідним інформаційним наповненням, ураховуючи запити й потреби користувачів ресурсу.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Лекційний матеріал та навчальна література.

Практичні заняття за визначеною тематикою, навчальні тести, система практичних завдань з дисципліни.

Технічне й програмне забезпечення /обладнання – комп'ютер, інтернет, програма Zoom.

ВИМОГИ ТА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ.

Загальна система оцінювання курсу	Участь у роботі впродовж семестру/залік – 60/40 балів. Оцінка заліку складається з балів отриманих за відповіді на тестові запитання, усні відповіді на питання згідно з переліком та виконання практичного завдання.
Практичні заняття	Попередня підготовка до розгляду питань, активна участь під час обговорення, обов'язкове виконання усіх завдань.
Вимоги до письмових завдань	Виконання письмових завдань, поданих до планів практичних занять, є обов'язковим складником підготовки до заняття і оцінюються додатково.
Умови допуску до підсумкового контролю	Обов'язкова присутність на лекційних заняттях. Активність упродовж семестру, відвідування або відпрацювання усіх практичних занять протягом двох тижнів з моменту пропуску заняття або отримання незадовільної оцінки на занятті.

Семестр включає в себе 5 лекцій і 10 практичних занять. Підготовка до практичних занять та опанування практичними навичками оцінюється 36 балами (9 балів за одне заняття). На практичному занятті додатково оцінюється робота студента упродовж пари, участь у дискусії, доповнення відповідей однокурсників тощо – 1 бал. Презентація виконаних завдань самостійної роботи за семестр 20 балів. Рейтингова оцінка поточного контролю становить 20 балів. Усього за семестр студент може набрати 60 балів.

До підсумкового семестрового контролю студент допускається, якщо з можливих 60 балів за дві атестації він набрав 35 і більше балів.

Підсумковий семестровий контроль оцінюється в 40 балів. Теоретична складова: усна відповідь на питання заліку (20 балів). Практична складова: здійснення психотехнічного аналізу відеореклами та друкованої реклами (20 балів). Студентові зараховується вивчення «Психотехнології»

реклами та ПР» за умови, що за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю він отримав із 100 можливих балів 60 і більше. Якщо за результатами поточного і підсумкового семестрового контролю студент отримав менше 60 балів, то вивчення «Психотехнології реклами та ПР» йому не зараховується й розглядається як академічна заборгованість.

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Порядок перерахунку рейтингових показників нормованої 100-бальної університетської шкали оцінювання у традиційну 4-бальну шкалу та європейську шкалу ECTS.

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)	3 (задовільно)	
D	70 – 74 (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)		

РЕГУЛЯЦІЯ ТА ПОЛІТИКИ КУРСУ

Політика академічної доброчесності: Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності (відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел, списування тощо) в письмовій роботі студента є підставою для її незарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату.

Відвідування занять. Відвідування занять є важливим складником навчання, тому пропуски без поважних причин не толеруються. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів, визначених для виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

Література. Уся література, яку студенти не зможуть знайти самостійно, буде надана викладачем виключно в освітніх цілях без права її передачі третім особам. Студенти заохочуються до використання також й іншої літератури та джерел, яких немає серед рекомендованих.

РОЗКЛАД ДИСЦИПЛІНИ

№	Тема	Матеріали навчально-методичного комплексу
1.	Психологія реклами як галузь знань у науковій рецепції.	Плани лекцій і рекомендована література до них, плани практичних занять, методичні вказівки і рекомендована література, письмові завдання до планів практичних занять, мультимедійні презентації, тематика індивідуальних завдань, запитання для підсумкового контролю, тестові завдання, зокрема тренувальні, розміщені в СЕЗН Moodle за
2.	Психоаналітично орієнтовані підходи у рекламі	
3.	Концепція реклами як способу психологічного впливу.	
4.	Концептуальні основи нейротехнологій	
5.	Моделі поведінки споживачів: теорія поколінь	
6.	Психотехнології рекламних текстів.	

№	Тема	Матеріали навчально-методичного комплексу
7.	Психотехнічна експертиза реклами	<p>посиланням: Плани лекцій і рекомендована література до них, плани практичних занять, методичні вказівки і рекомендована література, письмові завдання до планів практичних занять, мультимедійні презентації, тематика індивідуальних завдань, запитання для підсумкового контролю, тестові завдання, зокрема тренувальні, розміщені в СЕЗН Moodle за посиланням: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2303 або у виданні:</p> <p>Санакоєва Н. Д. Психологічні основи реклами та PR. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 100 с.</p>

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА та ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Основна

1. Санакоєва Н. Д. Психологічні основи реклами та PR. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 100 с.
2. Санакоєва Н. Д. Теорія та історія реклами. Запоріжжя : Просвіта, 2014. 142 с.
3. Санакоєва Н., Березенко В. Теорія і практика реклами. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 114 с.

Додаткова

1. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В., Лаковський К. С. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії. Запоріжжя: ЗНУ, 2021. 176 с.
2. Санакоєва Н., Закарлюка М. Гіпнолічно орієнтовані підходи у сучасному рекламному дискурсі. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С.349–354.
3. Санакоєва Н., Куш С. Нейромаркетингові технології у сучасному рекламному дискурсі. URL : <https://goo.gl/BKZ5dW>.
4. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В., Доценко К. О., Кудінов І. О. Соціальна реклама в Україні: формування мотиваційного дискурсу особистості засобами рекламного тексту. *Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень*: монографія / за заг.ред. Березенко В., Лепського М. Запоріжжя : Кераміст. 2017 С. 92-110.
5. Санакоєва Н. Д. Концептуальні основи нейротехнологій. В кн.: Прикладні дослідження формування сучасного соціально-комунікаційного простору України в умовах становлення інформаційного суспільства / За загальною редакцією Березенко В. В. Запоріжжя: ЗНУ. 2021 С. 120-147.
6. Санакоєва Н. Д., Куш С. Г. Нейротехнології у рекламній індустрії: історико-прикладні аспекти. *Молодий вчений*. 2018. № 3. С. 433 – 437. URL: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2018/3/97.pdf>. (Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, National Library of Ukraine (Vernadsky)).
7. Санакоєва Н. Д., Закарлюка М. П. Гіпнолічно орієнтовані підходи у сучасному рекламному дискурсі. *Молодий вчений*. 2018. № 2. С. 349-354. URL: <http://molodyvchenu.in.ua/files/journal/2018/2/82.pdf>. (Index Copernicus, Google Scholar, CrossRef, National Library of Ukraine (Vernadsky)).
8. Санакоєва Н. Д., Березенко В. В. Chronology of development of social advertising in Ukraine. *Média a vzdělávání 2018 – Media & Education 2018*. 2018. № 35. С. 194-202. URL: <http://www.media4u.cz/mav/9788087570418.pdf>. (ISBN 987-966-383-996-7).

9. Санакоєва Н., Закарлюка М. Конструювання образу соціокультурної дійсності засобами політичних промов (на прикладі новорічних промов Президента України 2014–2017 РР.). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № №3 (35). С. 103-107.
10. Skriabin O., Sanakoiev D., Sanakoieva N., Berezenko V., Liubchenko Y. Neurotechnologies in the advertising industry: Legal and ethical aspects. *Innovative Marketing*. 2021. Т. 17. № 2. С. 189 -201. URL: https://www.businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/15239/IM_2021_02_Skriabin.pdf. (SCOPUS).
11. Sanakoyeva N. The role of the social advertising in the national media education system: Ukrainian experience. *Media4u Magazine (Czech Republic, Чехія)*, 2015. Р. 54–60.
12. Рекламний креатив : навч. посіб. / уклад.: О. І. Вікарчук, О. О. Калініченко, С. М. Ніколаєнко, І. О. Пойта. Житомир : Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Danilkina/0044726.pdf>.

Інформаційні ресурси

1. Аромамаркетинг для всіх. Магазини. URL : <https://bit.ly/2jVkjPz>.
2. Сухомлин О. Категорія ментальності як складова рекламного образу.
URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=20>
3. Овдіюк В. В. Актуалізація архетипів у мові реклами: психолінгвістичний аспект. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?
4. Теорія поколінь: як в рекламі знайти спільну мову з будь-якою аудиторією URL : <http://slaidik.com.ua/teoriya-pokolin-yak-v-reklami-znajti-spilnu-movu-z-bud-yakoju-auditoriyeyu/>
5. Чернець Н. Нейромаркетинг – новий спосіб впливу на споживчу поведінку. URL : <https://bit.ly/2ID0w1C>

ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024

Місія Запорізького національного університету полягає у формуванні європейського простору освіти, здатного активно впливати на громадську думку, забезпечувати соціальне прогнозування у різних сферах наукових досліджень. Запорізький національний університет відіграє важливу роль у розвитку експертного громадянського суспільства, надаючи їм знань, компетентностей та ідей, необхідних для забезпечення економічного розвитку і зростання.

Відповідальність за добросовісність. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених **Кодексом академічної доброчесності ЗНУ:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzlu3>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ:* <https://tinyurl.com/y9tve4lk>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається *Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ:* <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ:* <https://tinyurl.com/ycds57la>.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті:* <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ:* <https://tinyurl.com/y9yfw9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ:* <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ:* <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.
ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. *Наукова бібліотека:* <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п'ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): [HTTPS://MOODLE.ZNU.EDU.UA](https://moodle.znu.edu.ua)

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

- для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко

Олексій ВолодимировичУ листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то в ікористовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>
Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>
Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>