***Практичне заняття 6.***

***Психотехнології у рекламі***

* Готуємося за навчальним посібником (Санакоєва Н. Психологічні основи реклами та Пр. Тема 6.)

1. Психотехнології у змістовому вимірі.
   1. Психолінгвістика рекламного тексту
   2. Психологія слогану і заголовка рекламного тексту
2. Психотехнології у формально-динамічному вимірі:
   1. Психографіка рекламного тексту.
   2. Психотехнологія ілюстрації рекламі.
   3. Психологія кольору.

*Мета: формування уявлень про прикладні аспекти психологічних основ реклами та PR; набуття умінь аналізувати і створювати зразки рекламних повідомлень із урахуванням психотехнологій.*

🖉**Ключові слова**

*Психографіка рекламного тексту, фоносемантика рекламного тексту,*

*інформаційні перенавантаження, емоційний вплив, правило Міллера, психолінгвістика рекламного тексту,*

 **Завдання для самостійного виконання**

* + - 1. Скласти рекламне повідомлення використовуючи змістові психотехнології.
      2. Створити текст рекламного повідомлення для популяризації певного товару/послуги(на вибір) враховуючи правила психографічного оформлення.
      3. Зробити добірку логотипів, які ілюструватимуть ключові тези тем «Психографіка рекламних текстів» і «Психологія кольору» (оформити у вигляді презентації).
      4. Підготувати доповідь на тему «Фоносемантика рекламного тексту».

**Питання для самоконтролю**

1. Окресліть сутність поняття «психотехнології».

2. Що являє собою сенсорна ситість? Якими способами її можна подолати?

3. Чим визначається важливість інформації?

4. Якою формулою визначається число Міллера?

5. Розкодуйте термін «психографіка»?

6. Дайте визначення поняттю «колір».

7. Чи правильним є твердження: «Колір впливає лише на свідомість споживача»? Відповідь поясніть.

8. Яку кількість шрифтів психологи рекомендують використовувати у рекламі?

9. Скільки кольорів можуть сполучатися в одному рекламному повідомленні?

10. Як сприймається текст, обрамлений у геометричні фігури стабільної симетрії?

**Навчальне завдання**

1. Визначте роль і місце психографіки у сприйнятті рекламного повідомлення.

2. Сформулюйте 5 тез, які будуть містити найголовніші вимоги до психографічного оформлення рекламного повідомлення.

3. Визначте роль і місце кольору у сприйнятті рекламного повідомлення.

4. Вкажіть основні критерії ефективного слогана.

5. Порівняйте особливості психологічного впливу фотографії та малюнка на споживача.