

АНОТАЦІЯ
вибіркової дисципліни
«Психологія реклами»

Мета вивчення навчальної дисципліни оволодіння теоретичними знаннями та практичними навиками в сфері психології реклами, динаміці психологічних процесів взаємодії в системі «реклама-споживач» для вирішення завдань психологічного конструювання ефективних рекламних образів товарів, послуг, ідей, а також формування, використання та застосування спеціальної психотехнології реклами для ефективного просування товарів, послуг, ідей на ринку.

Очікувані результати навчання. За результатами вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти повинні

знати: особливості формування ефективних рекламних образів, іміджу товарів, послуг, ідей, підприємств; розробки, створення ефективної реклами та рекламних кампаній; теорії та формули ефективного рекламного впливу на споживача, його підсвідомість та споживчу поведінку на ринку, пробудження у споживача бажання придбати товар чи послугу, що рекламується.

вміти: застосовувати методи експертизи впливу реклами на особистість; застосовувати психотехнології реклами для створення рекламних товарів та послуг.

Зміст програмного матеріалу.

Тема 1. Реклама як соціально-психологічне явище.

Тема 2. Психологічні основи рекламного впливу.

Тема 3 Психотехнології в рекламній діяльності.

Тема 4. Психологічні аспекти ефективності реклами.

Обсяг (у кредитах ЄКТС/годинах): 3 кредити ЄКТС/90 годин.

Форма контролю: залік.

Кафедра, що забезпечує викладання навчальної дисципліни: кафедра загальної та соціальної психології.