

| | |
|---|--|
| Вибіркова дисципліна 10 | « Психологія реклами та PR» |
| Рівень ВО | бакалавр |
| Назва спеціальності/освітньо-професійної програми | 053 Психологія |
| Форма навчання | денна / заочна/скорочений термін навчання |
| Курс, семестр, протяжність | ДФН 4 курс, 8 семестр, 9 тижнів ЗФН 4 курс, 8 семестр |
| Семестровий контроль | залік |
| Обсяг годин (усього: з них лекції/практичні) | ДФН 7 кредитів 210 годин (ауд. - 32 лекц.-12; пр.-10; лаб. - 10) ЗФН 7 кредитів 210 годин (ауд. - 30 лекц.-14; пр.-8; лаб. - 8) |
| Мова викладання | українська |
| Кафедра, яка забезпечує викладання | Кафедра загальної і соціальної психології та соціології |
| Автор дисципліни | доц., канд. психол. наук Мітлош Антоніна Василівна |
| Короткий опис | |
| Вимоги до початку вивчення | Студенти мають володіти знаннями з соціальної психології та психології пізнавальних процесів |
| Що буде вивчатися | <p>Курсом передбачено вивчення сучасних психологічних технологій та методів, які застосовуються для створення ефективної реклами та організації PR.</p> <p>Шляхи протидії маніпуляціям, які застосовуються у рекламі та «чорному PR» (псевдотехнологіях PR).</p> <p>Технології та методи створення і підтримки ефективного персонального та організаційного іміджу.</p> <p>Застосування архетипів та психологічних прийомів у рекламі.</p> <p>Психологія впливу масових комунікацій на свідомість особистості.</p> <p>Сучасні засоби PR (онлайн та офлайн), які застосовуються для здійснення внутрішніх та зовнішніх комунікацій в організації.</p> <p>Психологія соціальних мереж.</p> <p>Підготовка та розробка PR-проєкту.</p> |
| Чому це цікаво/треба вивчати | Курс забезпечує розуміння функціонування сучасних комунікацій (онлайн та офлайн) та їх вплив на свідомість та життя людини. |
| Чому можна навчитися (результати навчання) | Студенти під вивчення курсу мають змогу навчитись здійснювати управління комунікаціями, планування PR-кампанії, написання PR-проєкту. Також можна навчитись особливостям |

| | |
|---|--|
| | соціально-психологічного супроводу у питаннях іміджу. Розпізнавати маніпуляції, які застосовуються у сучасній рекламі та ПР. |
| Як можна користуватися набутими знаннями й уміннями (компетентності) | Розробляти ефективну рекламу, застосовуючи психологічні методи та технології. Здійснювати іміджеве консультування. Планувати та розробляти ефективну ПР-кампанію. Здійснювати антикризове ПР-управління. |
| Інформаційне забезпечення | 1. Мітлош А.В. Психологія ПР-управління: навчально-методичний посібник Луцьк : СПД Гадяк Ж.В. «Волиньполіграф», 2016. – 67 с. (4 ум. друк. арк). 2. Крижановська З.Ю., Мітлош А.В. Психологічні особливості сприймання професійного персонального іміджу жінки-викладача студентами вищого навчального закладу. Актуальні проблеми психології: Зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – К.: Видавництво «Фенікс», 2015. – Т. XII. Психологія творчості. – Вип. 21. – С. 238-246. 3. Мітлош А.В. Мотиваційні детермінанти участі сучасної студентської молоді в громадському русі: психологічний аспект. Психологічні перспективи. – Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2016. – Вип. 28. – С. 185-198. 4. Мітлош А.В. Мотиви звернення студентської молоді до засобів масової інформації. Матеріали V Міжнародного наукового інтернет-симпозіуму «Мультикультурна комунікація постмодерної доби: обличчя і маски». – 2018. – Інтернет-ресурс. 5. Мітлош А.В. Соціально-психологічні передумови розвитку особистості лідера. Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Життєдіяльність людини в ситуації глобальних викликів сучасності». – Луцьк, ЛНТУ, 2019. – С. 165-166. |
| Web-посилання на (опис дисципліни) силабус навчальної дисципліни на вебсайті факультету (інституту) | |

Здійснити вибір - [«ПС-Журнал успішності-Web»](#)