

# Психологія реклами



Кафедра філософсько-  
психологічної антропології

# Мета курсу

надання знань про основні види та функції реклами, її місце у системі суспільних відносин, психотехнології рекламних засобів, психологічні механізми впливу реклами на свідомість людини





# Тематичний зміст курсу:

## **Змістовий модуль 1. Загальнотеоретичні проблеми психології реклами.**

### *Тема 1.1 Реклама: поняття, її мета та функції, види.*

Поняття про рекламу. Основні підходи до її розуміння. Роль і значення реклами у сучасному суспільстві. Реклама й теорія комунікацій. Мета та функції реклами. Види реклами. Психотехнологія рекламної стратегії.

### *Тема 1.2 Історія реклами.*

Джерела рекламної комунікації. Історія реклами у зарубіжних країнах. Сучасні тенденції та стан розвитку психології реклами.

### *Тема 1.3 Реклама як засіб психологічного впливу.*

Психологічні механізми реклами: навіювання, зараження, наслідування. Методи психологічного впливу. Сугестивні психотехнології в рекламі. Психоаналітично орієнтовані підходи. Гіпнотичний підхід. Техніки НЛП у сучасній рекламі.

### *Тема 1.4 Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів.*

Когнітивні аспекти рекламного впливу. Емоційний аспект рекламного впливу. Поведінковий компонент рекламного впливу. Психологія мотивації в рекламі. Психологія творчості в рекламі.

# Тематичний зміст курсу:

## **Змістовний модуль 2. Прикладні питання психотехнології рекламних засобів**

### *Тема 2.1. Психотехнології рекламних засобів.*

Психотехнологія рекламних засобів поза зворотного зв'язку. Психотехнології рекламного тексту поза зворотного зв'язку. Психотехнологія рекламних засобів із зворотнім зв'язком.

### *Тема 2.2. Психологія світла, кольору та форми у рекламі.*

Психологія світла у рекламі. Психологія кольору у рекламі. Фізіологічні та психологічні особливості кольору. Вплив кольору на сприймання реклами. Психологія форми у рекламі.

### *Тема 2.3. Психолінгвістика рекламного тексту.*

Психологія слогана й заголовку у рекламі. Психолінгвістичний аналіз рекламних текстів. Основи копірайтингу: рекомендації щодо створення рекламних текстів.

### *Тема 2.4. Психологічна ефективність реклами.*

Основні проблеми ефективності реклами. Основні психологічні вимоги до ефективної реклами. Методики розрахунку ефективності реклами.

### *Тема 2.5. Психологічні аспекти негативної реклами.*

Негативна реклама й законодавство. Типи негативної реклами. Способи захисту від негативної реклами. Основи позитивної реклами.

# На лекціях студенти:

- знайомляться з теоретичними питаннями психології реклами:
  - реклама та її види;
  - психологічні механізми реклами;
  - роль психічних процесів у формуванні рекламних образів



# На семінарсько-практичних заняттях:

- оволодівають навичками аналізу ефективності реклами;
- аналізують психологічні механізми реклами;
- досліджують роль психічних пізнавальних процесів у формуванні та сприйманні рекламних образів;





# На семінарсько-практичних заняттях:

- знайомляться зі способами розвитку творчих здібностей особистості



# Під час самостійної роботи:

- узагальнюють і поглиблюють отримані знання;
- вдосконалюють уміння та навички аналізу рекламної продукції.

