

Анотація

Дисципліна «**Медіакомунікації**» є базовою вибірковою навчальною дисципліною для спеціальності «Психологія», що читається на 6 курсі у 11 семестрі в обсязі 4 кредитів (ECTS) – 120 годин; з них 60 годин – аудиторних занять. З них – 24 години лекцій; 24 години практичних занять; 12 годин лабораторних занять; курсова робота і 60 годин самостійної роботи та підсумковим іспитом.

Дисципліна читається завідувачем кафедри психології у виробничій сфері, доктором психологічних наук, професором Буняк Надією Андроніківною.

Мета дисципліни: засвоєння студентами видів ПР, особливостей ПР-технологій, їх створення та впливу. Сформувати у студентів систему уявлень про психологію рекламної діяльності як галузь психології, що вивчає психічні процеси особистості в умовах комунікації рекламіста і споживача. А також вплив реклами на суспільство.

Завдання дисципліни: вивчення теоретичних аспектів впливу ПР та особливостей ПР-технологій. Оволодіння та подальше вільне оперування професійною термінологією використовуваною в даній сфері практичної діяльності. Ознайомлення з організаційними аспектами створення інформаційних продуктів ПР, їх цілями та засобами здійснення. Характеристика засобів впливу, пов'язаних з особливостями джерела інформації, участю адресатів у їх створенні, ціннісними та естетичними особливостями повідомлення. Характеристика інформаційних компаній. Формування у студентів навичок аналізу змісту та складових впливу інформаційних продуктів. Рекомендації для здійснення окремих технологій та їх прогноз; ефективності в залежності від адресації. Ознайомлення з ефектами впливу ПР; ознайомити студентів з можливостями психології рекламної діяльності в комунікативному процесі. Розглянути види рекламних засобів, їх особливості та елементи; навчити студентів психологічних прийомів і технік в рекламі; вивчити основні положення психології рекламної діяльності; проаналізувати методи психологічного впливу в рекламі; сформувати уявлення про комунікації

рекламіста та споживача, психологію рекламіста як один із актуальних напрямів психології рекламної діяльності.

Предметом вивчення є теоретичні та практичні питання основ рекламної діяльності та психології реклами.

Зміст дисципліни: реклама: поняття, функції, мета і види. Роль психічних процесів у формуванні рекламних образів. Невербальні засоби створення рекламного тексту. Психологія мотивації в рекламі. Психологічні технології розміщення реклами на різних носіях інформації. Сугестивні психологічні технології в рекламі. Психологія світла, кольору, форми в рекламі. Основні процеси ПР Особливості ПР у бізнесовій організації. Кризові ПР. міжнародні ПР. Вирішення соціально-психологічних питань методами ПР. техніка написання та виголошення промов. ПР know how. Урядові ПР. Політичні ПР. ПР як теорія непрямого комунікативного впливу. Теле- медіа, радіо-реклама ПР і реклама в ЗМІ.