



Психологія публічних комунікацій

Кредити та кількість
годин:

6 ECTS; 180 годин: 38 лекційних, 40 практичних та 100 самостійна
робота; екзамен

I Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна розроблена для студентів освітньої програми "Реклама і PR" з метою надання їм глибокого розуміння психологічних аспектів впливу на ефективність публічних комунікацій. В ході курсу студенти будуть вивчати ключові психологічні принципи та теорії, що стоять за успішною комунікацією в рекламі та PR.

Основні аспекти дисципліни:

- Розкриття психологічних механізмів сприйняття, уявлень та реакцій аудиторії на рекламні та PR повідомлення.
- Вивчення впливу емоцій, стереотипів та когнітивних процесів на формування публічних думок та ставлень.
- Аналіз психологічних аспектів вибору мовних засобів, образів та символіки в рекламних та PR кампаніях.
- Вивчення стратегій залучення уваги та створення позитивної реакції аудиторії на повідомлення.

Студенти отримають можливість розкрити внутрішні механізми психологічної взаємодії між брендами, компаніями та споживачами, що допоможе їм створювати ефективніші та сприйнятливіші комунікаційні стратегії у своїй професійній діяльності.

II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою цієї дисципліни є надання студентам освітньої програми "Реклама і PR" глибокого розуміння психологічних принципів та механізмів, які лежать в основі успішної публічної комунікації. Курс спрямований на формування високої психологічної компетентності у майбутніх спеціалістів реклами та PR, що дозволить їм ефективно створювати та аналізувати комунікаційні стратегії з урахуванням психологічних особливостей аудиторії.

Завдання навчальної дисципліни передбачають :

- Детальний аналіз психологічних механізмів, які впливають на сприйняття рекламних та PR повідомлень аудиторією. Вивчення особливостей сприйняття образів, емоційного впливу та формування ставлень.
- Вивчення та аналіз уявлень, стереотипів та когнітивних процесів, що визначають реакцію аудиторії на комунікаційні повідомлення.
- Вивчення психологічних аспектів впливу емоцій на формування публічних думок та відношень. Розкриття методів створення емоційного зв'язку з аудиторією.



- Аналіз різних психологічних підходів до вибору мовних засобів, образів та символіки у рекламних та PR кампаніях.
- Вивчення психологічних механізмів залучення уваги та створення позитивної реакції аудиторії на повідомлення.

Цей курс сприяє глибокому розумінню важливості психологічних аспектів у сфері публічних комунікацій та допомагає студентам стати більш ефективними та аналітично налаштованими професіоналами в області реклами та PR.

Цільові компетентності

ЗК02. Знання та розуміння предметної сфери та розуміння професійної діяльності.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК13. Здатність до відповідальної самоосвіти та безперервного навчання.

III. Результати навчання

ПРН 09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.

ПРН 10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень

ПРН 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва

IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

Модуль 1: Вступ до психології публічних комунікацій

- Визначення ключових понять та основних психологічних принципів, що впливають на публічні комунікації.
- Роль психології в рекламі та PR: основні аспекти та завдання.

Модуль 2: Психологічні механізми сприйняття

- Вплив психологічних факторів на сприйняття рекламних та PR повідомлень.
- Когнітивні процеси та їх вплив на ставлення аудиторії.

Модуль 3: Психологічна взаємодія з аудиторією

- Емоційний вплив у публічних комунікаціях: формування позитивних та негативних асоціацій.
- Роль емоцій у вирішенні психологічних завдань комунікації.

Модуль 4: Психологічні стратегії комунікації

- Використання психологічних методів у виборі мовних засобів та образів у рекламних та PR повідомленнях.
- Психологія вибору символіки та кольорів у комунікаціях.

Модуль 5: Психологічна аналітика аудиторії

- Вивчення методів аналізу психологічних особливостей аудиторії.
- Вимірювання психологічної ефективності комунікаційних стратегій.



Модуль 6: Психологія уваги та участі

- Механізми залучення уваги та активності аудиторії до комунікаційних повідомлень.
- Психологічні аспекти створення зацікавленості та взаємодії зі споживачами.

Модуль 7: Створення позитивних асоціацій

- Вивчення методів формування позитивних психологічних асоціацій з брендами та продуктами.
- Роль психологічних аспектів в побудові іміджу.

Модуль 8: Маніпулювання психологічними факторами

- Аналіз методів маніпулювання психологічними аспектами для досягнення комунікаційних цілей.
- Етичні аспекти використання психологічних впливів.

Модуль 9: Креативність та інновації у психології комунікацій

- Вплив креативних підходів та інновацій на психологічну сприйнятливність аудиторії.
- Психологічні аспекти розробки нестандартних комунікаційних стратегій.

Модуль 10: Практична реалізація психологічних стратегій

- Впровадження психологічних знань у реальні рекламні та PR кампанії.
- Аналіз та оцінка психологічних аспектів власних проектів.

