

Дисципліна	Психологія реклами
Кафедра	Психології та суспільно-гуманітарних наук
Рівень ВО	Перший (бакалаврський)
Мета	формування у здобувачів вищої освіти цілісного розуміння реклами як інструменту масової комунікації та психологічного впливу, набуття системи знань про механізми рекламного впливу й чинники сприйняття рекламної інформації, розвиток умінь аналізувати поведінку споживача, проєктувати рекламні повідомлення з урахуванням когнітивних, емоційних і соціокультурних аспектів, оцінювати ефективність рекламних стратегій та критично осмислювати маніпулятивні технології з дотриманням етичних норм професійної діяльності.
Зміст (теми) дисципліни	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Психологія реклами як галузь прикладної психології</li> <li>2. Психологічні механізми сприйняття рекламної інформації</li> <li>3. Мотивація споживача та поведінкові чинники вибору</li> <li>4. Емоційний вплив у рекламі</li> <li>5. Психологія бренду та формування лояльності</li> <li>6. Соціально-культурні та гендерні аспекти реклами</li> <li>7. Цифрова реклама та психологія онлайн-впливу</li> <li>8. Етичні проблеми та оцінка ефективності реклами</li> </ol>