

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

_____ О. Б. Жильцов
«_____» _____ 2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія та соціологія комунікації: Психологія комунікації

для студентів

спеціальності ***061 Журналістика***
рівня вищої освіти ***першого (бакалаврського)***
освітньої програми ***061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю***

Київ-2022

Розробник:

Афанасьєв Ілля Юрійович, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Викладач:

Афанасьєв Ілля Юрійович, кандидат історичних наук, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 8 від 11 січня 2022 року

Завідувач кафедри  Л.М. Новохатько


Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з реклами і зв'язків з громадськістю

_____ 2022 року

Гарант освітньо-професійної програми  М.М. Нетреба

Робочу програму перевірено

_____ 2022 р.

Заступник директора Інституту журналістики з науково-методичної та навчальної роботи  О.І. Стадніченко

Пролонговано

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № _____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ (змістового модуля «Психологія комунікації»)

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	-
Загальний обсяг кредитів/годин	2/60	-
Курс	1	-
Семестр	2	-
Кількість змістових модулів з розподілом	2	-
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Контактні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	15	-
Самостійна робота	13	-
Форма семестрового контролю	екзамен	-

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета навчальної дисципліни «Психологія та соціологія комунікації: Психологія комунікації» — сформувати у майбутніх спеціалістів з реклами та зв'язків з громадськістю знання про основні методологічні принципи вивчення комунікативних процесів, про конкретні методи психологічних досліджень у цій галузі, про різні практичні підходи та можливі варіанти інтерпретації результатів аналізу психічних явищ.

Завданнями дисципліни є:

- розвивати *інтегральну компетентність*:

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов.

- розвивати *загальні компетентності*:

- ЗК 3. Здатність бути критичним і самокритичним.
- ЗК 6. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 7. Здатність працювати в команді.
- ЗК 11. Здатність спілкуватися державною мовою.

- розвивати *спеціальні компетентності*:
- СК 1. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.
- СКУ 7. Здатність виконувати аналітико-прогностичну діяльність на основі дослідження сучасного інформаційного ринку.
- СКУ 8. Здатність володіти емоційним інтелектом в умовах професійної діяльності.

3.РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких *програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:*

- РН 3. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- РН 6. Планувати свою діяльність та діяльність колективу з урахуванням цілей, обмежень та передбачуваних ризиків
- РН 7. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег
- РН 11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою
- РН 13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікаційних наук.
- РНУ 19. Проводити якісні та кількісні дослідження в сфері реклами та зв'язків з громадськістю з метою ефективного просування рекламного та PR-продукту.
- РНУ 20. Володіти емоціями з метою збереження емоційного балансу і налаштованості на позитивний результат в умовах професійної діяльності.

В результаті студент повинен:

- знати основи теорії й практики психології, в тому числі основні методи психодіагностики;
- знати основні сфери застосування психологічних знань у роботі спеціалістів реклами та зв'язків з громадськістю;
- вміти аналізувати психічні, соціальні явища й процеси, втілювати результати аналізу в практику роботи рекламистів і піарників;
- здатність аналізувати власні психічні стани, процеси, інші психічні явища, ефективно, конструктивно рефлексувати;
- знати основні цінності, реальні декларативні й реальні етичні норми найбільших соціальних груп в Україні, вміти враховувати ці норми й цінності у рекламній та PR-діяльності;
- вміти приймати рішення в процесі комунікації, які враховують психічні особливості співрозмовника, колеги, партнера, цільової аудиторії;
- знати основні джерела й методи отримання наукової та практичної

інформації з психології, вмінні орієнтуватися в джерелах і основних концепціях, присвячених процесам міжособистісної, міжгрупової, соціальної комунікації, вмінні самостійно вдосконалювати свої психологічні знання

- знати основи психологічної експрес-діагностики за проявами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, пантоміміка, манера поведінки тощо);
- розпізнавати й запобігати основним маніпулятивним технологіям, використовуючи психологічні знання;
- вмінні складати психологічний портрет індивіда й соціальної групи, цільової аудиторії та її сегментів.
- здійснювати психологічні дослідження, ефективні у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тематичний план для денної форми навчання

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин					
		Експериментальні					Самостійна робота
		Разом	Лекції	Семінари	Практичні	Модульний контроль	
Модуль I.							
Вступ до психології комунікації							
1	Поняттєвий апарат психології комунікації	8	2	2	2		2
2	Комунікація в основних теоріях особистості	8	2	2	2		2
	Модульна контрольні робота	2				2	
	Разом	18	4	4	4	2	4
Модуль II.							
Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації							
3	Індивідуальні психологічні особливості міжособистісної комунікації	9	2	2	2		3
4	Психологія груп у комунікативних процесах	7	2	2			3
5	Застосування психологічних знань у рекламних та PR-комунікаціях	9	2	2	2		3
	Модульна контрольні робота	2				2	
	Разом	27	6	6	4	2	9
	Екзамен	15					
	Разом за навчальним планом	60	10	10	8	4	13

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль І.

Вступ до психології комунікації

ЛЕКЦІЯ 1. Предмет, галузі, методи, основні терміни психології комунікації

Вживання понять «комунікація» та «спілкування». Основні етапи комунікативного процесу. Визначення, предмет, об'єкт, галузі, напрями, методи психології. Терміни «психіка», «індивід», «особистість», «особа». Класифікація психічних явищ. Галузі психології та її зв'язки з іншими науками. Організація психологічних досліджень в Україні та інших державах.

ЛЕКЦІЯ 2. Комунікативна проблематика, термінологія в основних галузях психологічної науки (2 год.)

Поняття «мотив», «стимул», «самооцінка», «Я-концепція», «тип особистості». Соціально-демографічні особливості мови й мовлення. Стереотипи. Референція. Сугестія Біхевіоризм, концепції А. Адлера і К. Роджерса, когнітивна психологія.

Семінарське заняття 1. Основні терміни, галузі, напрями, методи, організації сучасної психологічної науки (2 год.)

Література основна: 2, 4, 5, 7.

Література додаткова: 13, 18, 22, 24.

Інтернет-ресурси: 1-3.

Семінарське заняття 2. Зв'язок між комунікацією та розвитком особистості (2 год.)

Література основна: 2, 4, 5, 7, 9.

Література додаткова: 1, 12, 13, 18, 20–22, 24, 27.

Практичне заняття 1. Швидкий пошук джерел інформації зі психології комунікації (2 год.)

Література основна: 2, 6, 7.

Інтернет-ресурси: 1-3.

Практичне заняття 2. Психологічна діагностика (2 год.)

Література основна: 2, 4, 5–7, 9.

Література додаткова: 1, 12, 13, 18, 20–22, 24, 25.

Модуль ІІ.

Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації

ЛЕКЦІЯ 3. Комунікація в основних типологіях особистості й характеру (2 год.)

Психологічні типології К. Юнга, Г. Айзенка, Дж. Роттера, Е.Фромма, К.Леонгарда, Є. Климова. Ідентифікація комунікативних особливостей за сенсорною типологією.

ЛЕКЦІЯ 4. Психологія груп у комунікативних процесах (2 год.)

Основні види, характеристики соціальних груп. Формування, динаміка, комунікативні ролі. Процес прийняття та виконання групових рішень. Зв'язок між внутрішніми та зовнішніми комунікаціями групи. Комунікативні особливості лідерства. Розподіл ролей у групі, соціометричний метод Якоба Морено.

ЛЕКЦІЯ 5. Застосування психологічних знань у рекламних та PR-комунікаціях (2 год.)

Психологічні критерії сегментації цільової аудиторії. Критерії вибору підходів, інструментів, технік: співставлення ресурсів та цілей. Диференціація методів психологічного впливу, відповідно до типів особистості, групи. Використання групових особливостей для впливу на окремих членів групи. Конвертація психологічних особливостей цільової аудиторії у специфіку рекламних і PR-продуктів; варіанти врахування психологічних закономірностей при створення вербальних, інфографічних та інших форм рекламних і PR-матеріалів.

Семінарське заняття 3. Психологічні основи ефективного діалогу (2 год.)

Література основна: 2–4, 5, 7, 9, 10.

Література додаткова: 1, 5, 9, 12, 13, 15, 19–22, 24, 26.

Семінарське заняття 4. Мала група в масовій комунікації (2 год.)

Література основна: 1, 2–4, 5, 7–9, 10.

Література додаткова: 1, 5, 9, 12–16, 19–22, 24, 26.

Семінарське заняття 5. Прикладна психодіагностика в рекламі та PR (2 год.)

Література основна: 1, 10.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8, 9, 11, 15, 19, 20, 25, 26.

Практичне заняття 3. Пошук спільного рішення в малій групі (2 год.)

Література основна: 1, 2–4, 5, 7–9, 10.

Література додаткова: 1, 5, 9, 12–16, 19–22, 24, 26.

Практичне заняття 4. Підбір комунікативних інструментів у відповідності до психологічних особливостей ЦА (2 год.)

Література основна: 1, 10.

Література додаткова: 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 12–16, 19, 20, 25, 26, 28.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекцій	1	2	2	3	3
Відвідування семінарських занять	1	2	2	3	3
Відвідування на практичному занятті	1	2	2	2	2
Робота на семінарському занятті	10	2	20	3	30
Робота на практичному занятті	10	2	20	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
<i>Разом</i>			81		98
Максимальна кількість балів	179				
Розрахунок коефіцієнта	Без урахування оцінки за екзамен: $179 : 60 = 2,98$. <i>Приклад: студент набрав 150 балів, напередодні екзамену. $150 : 2,98 = 50$ балів.</i>				

6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Модуль I.

Вступ до психології комунікації

Тема 1. Поняттєвий апарат психології комунікації

Скласти таблицю галузей психологічної науки, які можуть безпосередньо використовуватися в сучасній практиці рекламних та PR-комунікацій. Зіставте галузі, напрями психології з галузями, напрями реклами та PR.

Тема 2. Комунікація в основних теоріях особистості

Докладно (6–8 тис. друк. знаків, із пробілами) охарактеризуйте можливості застосування тих чи інших теорій особистості в сучасних українських рекламних комунікаціях.

Модуль II.

Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації

Тема 3. Психологічні основи ефективного діалогу

Скласти таблицю комунікативних прийомів, технік, оптимальних для

переконування, відповідно, кожного з трьох обраних вами типів особистості співрозмовника — об'єкта комунікації.

Тема 4. Мала група в масовій комунікації

Комплексно охарактеризуйте вашу академічну групу як малу соціальну групу, за термінами, підходами психології комунікації, соціальної психології. Обсяг відповіді — 3–4 тис. знаків із пробілами

Тема 5. Прикладна психодіагностика в рекламі та PR

1. Назвіть та коротко охарактеризуйте всі способи швидкої, протягом кількох годин, психодіагностики індивіда, корисні для комунікативної кампанії, спрямованої на нього як на VIP-покупця. Обсяг відповіді — 3–4 тис. знаків із пробілами.
2. Яким має бути вірусне відео для фанатів кіножанру «хоррор»? Запропонуйте сценарій, з урахуванням не лише поверхових уподобань цього сегменту, але й можливих глибинних психологічних причин цього захоплення, назвіть комунікативні прийоми, застосовані у відео.

Критерії оцінювання самотійної роботи

Перевірка самотійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. ФОРМА ПРОВЕДЕННЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Контрольна модульна робота включає 15 тестових завдань закритого типу, а саме:

- 1) багатоваріантні завдання з вибором однієї правильної відповіді;
- 2) завдання типу «коротка відповідь»;
- 3) завдання на відповідність.

Тестові завдання: за кожен правильну відповідь — максимально 1 або 2 бали, в залежності від складності питання.

Критерії оцінювання:

- 1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;
- 2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу, який вивчається;
- 3) ознайомлення з базовою та додатковою рекомендованою літературою.

При оцінюванні модульної контрольної роботи враховується обсяг і правильність виконаних завдань. Правильне виконання всіх завдань оцінюється максимально у 25 балів.

6.4. ФОРМИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Підсумкове оцінювання знань студентів з дисципліни «Психологія та соціологія комунікації: Психологія комунікації» здійснюється як складання суми всіх балів, отриманих студентом за всі види роботи, протягом усього вивчення курсу, а також балів, отриманих за результатом екзамену.

Формат екзамену – тести.

6.5. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

6.7. Орієнтовний перелік тематичних питань для тестів

1. Назвіть основні функції спілкування, охарактеризуйте їх.
2. Охарактеризуйте предмет і об'єкт психології.
3. Назвіть основні напрями, галузі психології.
4. Проаналізуйте систему психічних явищ, які вивчаються психологами.
5. Опишіть систему психічних професій.
6. Проаналізуйте відмінності між психічними властивостями, з одного боку, та психічними станами, з іншого. Опишіть, як формуються психічні властивості, а як — стани.
7. Знайдіть спільні й відмінні риси у змісті понять: «психіка», «індивід», «особистість», «особа».
8. Представники яких установ, організацій, професій, галузей найбільше проводять психологічні дослідження в Україні?
9. Назвіть критерії (ознаки), на основі яких виділяють галузі психології.
10. Проаналізуйте систему методів психології.

11. Знайдіть спільні й відмінні риси у змісті понять: «мотив», «стимул», «потреба».
12. Охарактеризуйте психічні механізми референтності, опишіть засоби використання референтних осіб і груп у рекламі та зв'язках з громадськістю.
13. Що таке соціальний стереотип, яким чином це явище використовується в рекламі та зв'язках з громадськістю?
14. Охарактеризуйте біхевіоризм як підхід до вивчення людей.
15. Проаналізуйте ідеї Альфреда Адлера та їх можливе застосування в побудові комунікації з цільовими аудиторіями.
16. Проаналізуйте ідеї Карла Роджерса та їх можливе застосування в побудові комунікації з цільовими аудиторіями.
17. Проаналізуйте систему явищ, які найбільш важливими в предметі когнітивної психології.
18. Опишіть систему шкал, за якими Карл Юнг характеризував індивідуальні психічні особливості, диференціював індивідів.
19. Проаналізуйте ідеї Джуліана Роттера та їх можливе застосування в побудові комунікації з цільовими аудиторіями.
20. Опишіть типи характерів, запропоновані Еріхом Фроммом.
21. Опишіть типи акцентуації характеру, запропоновані Карлом Леонгардом.
22. Охарактеризуйте відмінності між типологією акцентуації характеру запропонованою Карлом Леонгардом, і типологією акцентуації особистості, запропонованою Андрієм Личком.
23. Охарактеризуйте типи особистості за професійною спрямованістю, за типологією Євгена Климова.
24. Охарактеризуйте класифікацію індивідів за їхніми комунікативними особливостями, відповідно до сенсорної типології.
25. Назвіть психологічні концепції, галузі, напрями, в яких одним з найважливіших предметів психологічного вивчення є соціальна група.
26. Проаналізуйте найпоширеніші причини формування лідерства, опишіть основні типи лідерів.
27. Використовуючи ту чи іншу психологічну типологію індивідів, опишіть 2-3 методи прийняття групового рішення.
28. Використовуючи ту чи іншу психологічну типологію груп, опишіть 2-3 методи прийняття групового рішення.
29. Як пов'язані між собою метод прийняття рішення, з одного боку, та мета й особливості зовнішнього середовища, в якому перебуває група?
30. Назвіть основні критерії (ознаки), за якими класифікуються соціальні групи у психології.

31. У чому полягає соціометричний метод Якоба (Джейкоба) Морено? Як можна застосувати його в рекламі та зв'язках з громадськістю?
32. Як пов'язані між собою цінності та індивідуальні мовленнєві особливості індивіда?
33. Що таке психограма посади? Як і для чого вона складається?
34. Що таке психограма продукту? Як і для чого вона складається?
35. Опишіть конкретні кроки, необхідні для пошуку експерта-психолога з певної вузької теми.
36. Що необхідно для проведення ґрунтового психологічного тестування?
37. Опишіть 3-4 тестові методики, які широко використовуються у психологічному діагностуванні.
38. Опишіть приклад ситуації, в якій, на основі відомостей про соціально-демографічні характеристики групи, ви можете зробити обґрунтоване припущення про соціально-психологічні особливості цієї групи та використати це припущення для створення рекламного повідомлення, спрямованого на цю групу.
39. Запропонуйте 4-5 психічних явищ, на яких ґрунтується ефективність використання інфлюенсерів у рекламі та зв'язках з громадськістю. Аргументуйте, наведіть приклади.
40. Використовуючи 3-4 психологічні підходи, напрями, концепції, проаналізуйте будь-яке рекламне відео.

7. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 384 с.
2. Варій М. Й. Загальна психологія : підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 1007 с.
3. Гупаловська В.А. Психологія реклами : навч. посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 384 с.
4. Дуткевич Т. В. Загальна психологія. Теоретичний курс : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 388 с.
5. Загальна психологія : навч. посіб. / О. П. Сергеєнкова [та ін.] ; М-во освіти і науки України, Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 295 с.
6. Основи практичної психології : підруч. / В. Панок, Т. Титаренко, Н. Чепелева. 2-ге вид., стер. Київ : Либідь, 2001. 536 с.
7. Савчин М.В. Загальна психологія: навч. посіб. Київ : Академвидав, 2015. 464 с.
8. Соціальна психологія [Електронний ресурс] : навчальний посібник для

- здобувачів ступеня бакалавра / Н. Ю. Воляннюк та ін. : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Електронні текстові дані (1 файл: 1,02 Мбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/27765> (дата звернення: 03.02.2020).
9. Токарева Н. М., Шамне А. В. Вікова та педагогічна психологія : навч. посіб. Київ : НУБіП України, 2017. 548 с.
10. Ходаківський Є.І., Богоявленська Ю.В., Грабар Т.П. Психологія управління : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 664 с.

Додаткова література

1. Анастаси А. Дифференциальная психология. Индивидуальные и групповые различия в поведении / пер.с англ. Москва : Апрель Пресс, Изд-во ЭКСПО-Пресс, 2001. 752 с.
2. Баклицький І.О. Психологія праці : посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. 504 с.
3. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. Цифровая книга.
4. Бутко М.П. Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія [Електронний ресурс] : навч. посіб. / за заг. ред. М. П. Бутко. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 232 с.
5. Варій М.Й. Психологія особистості : [навч. посіб.]. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 592 с.
6. Васківський Ю. Реклама в сучасних ЗМІ і менталітет українців. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Сер. Філологія. 2007. №17. С.57–59.
7. Вікова і педагогічна психологія : навч.посіб. / В. М. Поліщук. Вид. 3-тє, виправ. Суми : Університетська книга, 2010. 352 с.
8. Джонс Г. Кликология. Психология онлайн-шопинга для привлечения покупателей. Москва : Эксмо, 2015. 320 с.
9. Иванов А. Игра на эмоциях. Москва : Альпина паблишер, 2016. 250 с.
10. Клименко В.В. Психологія творчості : навчальний посібник. — Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 480 с.
11. Краско Т.И. Психология рекламы. Харьков : Студцентр, 2002. 216 с.
12. Купер К. Индивидуальные различия / пер.с англ. Г. М. Марютиной, под ред. И. В. Равич-Щерба. Москва : Аспект Пресс, 2000. 527 с.
13. Максименко С.Д. Загальна психологія. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
14. Москаленко В.В. Соціальна психологія : підруч. Київ : Центр навч. літ-ри, 2005. 624 с.
15. Назарова А. Психологические особенности восприятия социальной рекламы. Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2014. 152 с.

16. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія : навч. посіб / Л.Е. Орбан-Лембрик. — Київ: Академвидав, 2005. — 448 с.
17. Павленко В.М., Таглін С.О. Етнопсихологія : підруч. Київ : Либідь, 1999. 428 с.
18. Психология общения : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / А. П. Панфилова. Москва : Издательский центр «Академия», 2013. 368 с.
19. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие. Москва : Дашков и Ко, 2010. 224 с.
20. Ростова Е. Особенности восприятия рекламы людьми с разной ценностной ориентацией / Е. Ростова. Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2012. 84 с.
21. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 608 с.
22. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування : навч. посібник. Київ : Професіонал, 2004. 300 с.
23. Чайка Г.Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посіб. Київ : Знання, 2014. 422 с.
24. Шадських Ю. Г. Піча В. М. Психологія. Короткий навчальний словник: терміни і поняття : навч. посіб. Львів: Магнолія, 2006. 2008. 275 с.
25. Identifying the skills required for PR today. 26th June 2016. URL: <http://www.prmoment.com/category/pr-research/the-skills-for-pr-today>.
26. Kahle, Lynn R. Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing Lynn R. Kahle; Angeline G. Close. New York : Routledge, 2011. 348 p.
27. What Are The Soft Skills A PR Executive Should Have? / Elaine Seah ; Submitted On July 28, 2016. URL: http://EzineArticles.com/expert/Elaine_Seah/2199530. — Title from the Screen.
28. Zichermann, Gabe. Game-Based Marketing / Gabe Zichermann, Linder Joselin. John Wiley & Sons, Inc., 2010. 221 p.

Інтернет-ресурси

1. Інститут психології імені Г.С.Костюка Національної академії педагогічних наук України : веб-сайт. URL: <http://inpsy.naps.gov.ua/> (дата звернення: 15.01.2020)
2. Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України : веб-сайт. URL: <http://ispp.org.ua/>. (дата звернення: 12.08.2010)
3. American Psychological Association : web site. URL: www.apa.org/. (дата звернення: 03.08.2010)

8. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ»

Разом: 60 год.; лекції — 10 год., семінарські заняття — 10 год., практичні заняття — 8 год., самостійна робота — 13 год.; модульний контроль — 4 год., підсумковий контроль — екзамен – 15 год.

Модуль	Змістовий модуль I Вступ до психології комунікації		
К-сть балів за модуль	81 бал		
Лекції	1	2	
Теми лекцій	Поняттєвий апарат психології комунікації – 1 б.	Комунікація в основних теоріях особистості – 1 б.	
Теми семінарських занять	Тема 1. Основні терміни, галузі, напрями. методи, організації сучасної психологічної науки – 11 б.	Тема 2. Зв'язок між комунікацією та розвитком особистості – 11 б.	
Теми практичних занять	Тема 1. Швидкий пошук джерел інформації зі психології комунікації – 11 б.	Тема 2. Психологічна діагностика комунікативних здібностей – 11 б.	
Самостійна робота (СР)	СР №1 – 5 б.	СР № 2 – 5 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1 (25 балів)		
Модуль	Змістовий модуль II Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації		
К-сть балів за модуль	98 балів		
Лекції	3	4	5
Теми лекцій	Тема 3. Індивідуальні психологічні особливості міжособистісної комунікації – 1 б.	Тема 4. Психологія груп у комунікативних процесах – 1 б.	Тема 5. Застосування психологічних знань у рекламних та PR-комунікаціях – 1 б.
Теми семінарських занять	Тема 3. Психологічні основи ефективного діалогу – 11 б.	Тема 4. Мала група в масовій комунікації – 11 б.	Тема 5. Прикладна психодіагностика в рекламі та PR – 11 б.

Теми практичних занять		Тема 3. Пошук спільного рішення в малій групі – 11 б.	Тема 4. Підбір комунікативних інструментів у відповідності до психологічних особливостей ЦА – 11 б.
Самостійна робота (СР)	СР № 3 – 5 б.	СР № 4 – 5 б.	СР № 5 – 5 б.
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 2 (25 балів)		
Підсумковий к-ль	Екзамен із комплексної навчальної дисципліни «Психологія та соціологія комунікації». Максимальна оцінка за екзамен: 40 балів.		