

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

« 30 » 09 2020 року

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Психологія та соціологія комунікації: Психологія комунікації

для студентів

Спеціальності **061 Журналістика**

Освітнього рівня **першого (бакалаврського)**

Освітньої програми **061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»**

Київ-2020

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Ідентифікаційний код 02186554  
Начальник відділу  
моніторингу якості освіти

Програма № 2953/20  
Жильцов  
(підпис) (прізвище, ініціали)  
«    » 20 20 р.

**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 № 6 від 27 грудня 2019 року

Завідувач кафедри Новохатько Л. М. Новохатько

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

27 грудня 2019 року

Гарант освітньо-професійної програми Новохатько Л. М. Новохатько

Робочу програму перевірено

\_\_\_\_\_ 20 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Росінська О. А. Росінська

Пролонговано

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_\_\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. підпис (ПІБ), «\_\_»\_\_ 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  | -      |
| Аудиторні                                | 28  | -      |
| Модульний контроль                       | 4   | -      |
| Семестровий контроль                     | -   | -      |
| Самостійна робота                        | 28  | -      |
| Форма семестрового контролю              | залік   | -      |

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**Мета** навчальної дисципліни «Психологія та соціологія комунікації: Психологія комунікації» — сформувані 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 *загальні компетентності*:
- ЗК-2 Критичне мислення. Здатність критично оцінювати отриману інформацію, використання логіки і раціональних міркувань, повнота аргументації для оцінки ситуації і правильності обраного шляху розв'язання задачі з урахуванням контексту.
- ЗК-5 Самоосвітня. Здатність розвивати й підтримувати на якісному рівні професійну діяльність. Здатність до самостійної пізнавальної діяльності, самоорганізації та саморозвитку. Спрямованість на розкриття особистісного потенціалу та самореалізацію. Прагнення до особистісно-



професійного лідерства та успіху

- ЗК-6 Емоційний інтелект та емоційна компетентність. Усвідомлення власного емоційного стану, самоконтроль і саморегуляція; самоповага і впевненість; уміння долати труднощі, стійкість до стресів; загальний оптимістичний настрій, ініціативність, налаштованість на позитивний результат.
- ЗК-7 Міжособистісна взаємодія. Готовність та здатність виконувати проекти у складі групи, брати на себе відповідальність за виконання спільних робіт.
  - розвивати *фахові компетентності* спеціальності:
- ФК-1 Когнітивно-професійна. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності. Здатність оцінювати отримані знання з погляду можливості їх застосування у професійній діяльності. Здатність до мультизадачності, комплексного вирішення складних багатоаспектних завдань.
- ФК-2 Інформаційна. Здатність створювати інформаційний продукт та ефективно його просувати. Здатність застосовувати традиційні та сучасні інформаційні технології у професійній діяльності. Знання специфіки створення і функціонування ЗМІ та забезпечення ефективної взаємодії з ними. Здатність до ефективного обрання медіаресурсів (телебачення, радіо, преса, зовнішня реклама, інтернет).
- ФК-3 Комунікативна. Здатність до письмової та усної комунікації рідною мовою; культура мовлення. Готовність до професійного спілкування іноземною мовою. Здатність працювати в команді. Здатність до пояснення й переконання. Сформованість власного стилю спілкування. Вільне оперування засобами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, жести, манера поведінки тощо). Культура мовлення, комунікабельність, толерантність, артистичність. Здатність до публічної діяльності. Уміння застосовувати знання з психології в технологіях формування громадської думки. Уміння розпізнавати та попереджати маніпулятивні технології.

### **3.РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ**

#### **Програмні результати навчання:**

- 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;
- 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 такі 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, вміти орієнтуватися в джерелах і основних концепціях, присвячених процесам міжособистісної, міжгрупової, соціальної комунікації, вміти самостійно вдосконалювати свої психологічні знання
  - знати основи психологічної експрес-діагностики за проявами невербальної комунікації (знакові системи, зовнішність, міміка, пантоміміка, манера поведінки тощо);
  - вміти розпізнавати й запобігати основним маніпулятивним технологіям, використовуючи психологічні знання;
  - вміти складати психологічний портрет індивіда й соціальної групи, цільової аудиторії та її сегментів.
  - сформувані базові навички психологічних досліджень, ефективних у сфері реклами та зв'язків з громадськістю.



#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

##### Тематичний план для денної форми навчання

| №<br>п/п  | Назви теоретичних розділів   | Кількість годин |           |           |           |                       |                      |
|---|--|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|----------------------|
|   |  | Аудиторні       |           |           |           |                       | Самостійна<br>робота |
|   |  | Разом           | Лекції    | Семінари  | Практичні | Модульний<br>контроль |                      |
| Змістовий модуль I.<br>Вступ до психології комунікації                                    |  |                 |           |           |           |                       |                      |
| 1   | Поняттєвий апарат психології комунікації                           | 11              | 2         | 2         | 2         |                       | 5                    |
| 2   | Комунікація в основних теоріях особистості                         | 11              | 2         | 2         | 2         |                       | 5                    |
|   | <b>Модульна контрольні робота</b>                                  | 2               |           |           |           | 2                     |                      |
|   | Разом  | 24              | 4         | 4         | 4         | 2                     | 10                   |
| Змістовий модуль II.<br>Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації |  |                 |           |           |           |                       |                      |
| 3   | Індивідуальні психологічні особливості міжособистісної комунікації | 12              | 2         | 2         | 2         |                       | 6                    |
| 4   | Психологія груп у комунікативних процесах                          | 10              | 2         | 2         |           |                       | 6                    |
| 5   | Застосування психологічних знань у рекламних та PR-комунікаціях    | 12              | 2         | 2         | 2         |                       | 6                    |
|   | <b>Модульна контрольні робота</b>                                  | 2               |           |           |           | 2                     |                      |
|   | Разом  | 36              | 6         | 6         | 4         | 2                     | 18                   |
|   | Разом  | <b>60</b>       | <b>10</b> | <b>10</b> | <b>8</b>  | <b>4</b>              | <b>28</b>            |

#### 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

##### Змістовий модуль I.

##### 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: 1,4, 5, 7, 9.*

*Література додаткова: 1,4, 8, 32, 50.*

*Інтернет-ресурси: 1-3.*

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

*Література основна: 1, 4-9.*

*Література додаткова: 1,4, 20, 32, 43, 50, 56.*

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

*Література основна: 1, 4-9.*

*Література додаткова: 1,4, 8, 20, 32, 43, 50, 56.*

*Інтернет-ресурси: 1-3.*

**Практичне заняття 2. Психологічна діагностика (2 год.)**

*Література основна: 1, 4-9.*

*Література додаткова: 1,4, 8, 20, 32, 43, 47, 50, 55, 56.*

### **Змістовий модуль II.**

#### **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, 4–6.*

*Література додаткова: 1, 8, 13–16, 32, 43, 50.*

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

*Література основна: 4, 6.*

*Література додаткова: 1–3, 13–16, 34, 40, 42, 44, 49.*

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

*Література основна: 1, 3, 6.*

*Література додаткова: 1, 6, 17, 32, 43, 44, 46, 47, 54, 55, 57.*

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

*Література основна: 2, 4–6.*

*Література додаткова: 1, 8, 32, 43, 50.*

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

*Література основна: 1, 3, 4, 6.*

*Література додаткова: 1–3, 6, 13–17, 32, 34, 40, 42–44, 47, 49, 54, 55, 57.*

## 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>                             |                                    |                   | <b>81</b>                   |                   | <b>98</b>                   |
| Максимальна кількість балів              | <b>179</b>                         |                   |                             |                   |                             |



|                        |   |
|------------------------|---|
| Розрахунок коефіцієнта | Розрахунок: $179:100=1,79$<br>Студент набрав: 140 балів;<br>оцінка: $150:1,79 = 84$ балів ECTS;<br>додається оцінка за змістовий модуль «Соціологія комунікації» і вираховується середнє арифметичне, щоб сформувати загальну оцінку ECTS за навчальну дисципліну «Психологія та соціологія комунікації») |
|------------------------|---|

## 6.2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

### Змістовий модуль I.

#### Вступ до психології комунікації

#### **Тема 1. Поняттєвий апарат психології комунікації — 5 год.**

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

#### **Тема 2. Комунікація в основних теоріях особистості — 5 год.**

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

### Змістовий модуль II.

#### Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації

#### **Тема 3. Психологічні основи ефективного діалогу — 6 год.**

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 — 6 год.**

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 — 6 год.**

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 самостійної роботи**

Перевірка самостійно 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:

1. 13 тестових завдань;
2. 2 відкриті теоретичні, аналітичні запитання.

Критерії оцінювання:

Тестові завдання: за кожну правильну відповідь — макс. 1 б. ( $12 \times 1 = 12$ ); кожне з відкритих теоретичних, аналітичних запитань — макс. 6 б ( $2 \times 6 = 12$ ).

При оцінюванні, відповіді аналізуються за такими критеріями:

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

### **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. Завершується комплексним заліком.



### 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            |

### 7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ «ПСИХОЛОГІЯ ТА СОЦІОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЇ»

Разом: 60 год.; лекції — 10 год., семінарські заняття — 10 год., практичні заняття — 8 год., самостійна робота — 28 год.; модульний контроль — 4 год., підсумковий контроль — залік

| Модуль                   | Змістовий модуль I<br>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<br>Міжособистісні та міжгрупові психологічні особливості комунікації           |  |   |
| К-сть балів за модуль    | 98 балів   |  |   |
| Лекції                   | 3  | 4  | 5 |



|                                 |   |  |   |
|---------------------------------|---|--|---|
| <b>Теми лекцій</b>              | 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.                      |
| <b>Теми семінарських занять</b> | 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.  |
| <b>Теми практичних занять</b>   |   | Тема 3. Пошук спільного рішення в малій групі – 11 б.    | Тема 4. Підбір комунікативних інструментів у відповідності до психологічних особливостей ЦА – 11 б. |
| <b>Самостійна робота (СР)</b>   | СР №3 – 5 б.  | СР №4 – 5 б.   | СР №5 – 5 б.  |
| <b>Види поточного контролю</b>  | Модульна контрольна робота №2 (25 балів)  |  |   |
| <b>Підсумковий контроль</b>     | Залік із комплексної навчальної дисципліни «Психологія та соціологія комунікації» (в т. ч., «Психологія комунікації») |  |   |

## 8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Основна література

1. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі : навч. посіб. / Н. Ю. Бутенко. — Київ : КНЕУ, 2006. — 384 с.
2. Варій М. Й. Загальна психологія : підруч. / М.Й. Варій. — Київ : Центр учбової літератури, 2015. — 1007 с.
3. Гупаловська В.А. Психологія реклами : навч. посібник / Вікторія Анатоліївна Гупаловська. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. — 384 с.
4. Дуткевич Т. В. Загальна психологія. Теоретичний курс : навч. посіб. / Т. В. Дуткевич. — Київ : Центр учбової літератури, 2016. — 388 с.
5. Загальна психологія : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Т.Б. Партико. — Київ : ВД «Ін Юре», 2008. — 416 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. /М.В. Савчин. — Київ : Академвидав, 2015. — 464 с.



8. Токарева Н. М. Вікова та педагогічна психологія : навч. посіб. / Наталя Миколаївна Токарева, А. В. Шамне. — Київ : НУБіП України, 2017. — 548 с.
9. Ходаківський Є.І. Психологія управління: Підручник / Є.І. Ходаківський, Ю.В. Богоявленська, Т.П. Грабар. — Київ : Центр учбової літератури, 2012. — 664 с.

#### *Додаткова література*

1. Анастаси А. Дифференциальная психология. Индивидуальные и групповые различия в поведении / Анна Анастаси; пер.с англ. — Москва : Апрель Пресс, Изд-во ЭКСПО-Пресс, 2001. — 752 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и допол. — Москва : Аспект Пресс. 2004. — 365 с.
3. Андриенко Е.В. Социальная психология. : учеб. пос. для студентов высших пед. учебных заведений / Е.В. Андриенко ; под ред. В.А. Сластенина. — 2-е изд., доп. — Москва : ИЦ «Академия», 2003. — 264 с.
4. Баклицький І.О. Психологія праці. Посібник. — Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2004. — 504 с.
5. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными / Й.. Бергер. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — Цифровая книга.
6. Бонд Дж. Охота на циничного покупателя: секреты рекламы, которая преодолевает защитные барьеры / Дж, Бонд, Р.. Киршенбаум. — Москва : ИД Секрет фирмы, 2006. — 352 с.
7. Бутко М.П. Економічна психологія [Електронний ресурс] : навч. посіб. / М. П. Бутко, А. П. Неживенко, Т. В. Пепа ; за заг. ред. М. П. Бутко. — Київ : Центр учбової літератури, 2016. — 232 с.
8. Варій М.Й. Психологія особистості : [навч. посіб.] / М.Й. Варій. — Київ : Центр учбової літератури, 2008. — 592 с.
9. Васильев Г. А. Поведение потребителей : учебное пособие для вузов / Г. А. Васильев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник; Инфра-М, 2010. — 409 с.
10. Васьківський Ю. Реклама в сучасних ЗМІ і менталітет українців / Ю. Васьківський // Науковий вісник Ужгородського університету. — Сер. Філологія. — 2007. — №17. — С.57–59.
11. Вікова і педагогічна психологія : навч. посіб. / В. М. Поліщук. — Вид. 3-тє, виправ. — Суми : Університетська книга, 2010. — 352 с.
12. Волкова А.И. Основы психологии рекламы для студентов колледжей / А.И. Волкова, В.В. Пижугийда. — Ростов н/Д : Феникс, 2005. — 409 с.



13. Геращенко Л.Л. Психология рекламы / Л.Л. Геращенко— Москва : АСТ / Астрель / Хранитель, 2006. — 352 с.
14. Гребенкин Ю. Ю. Психотехнологии в рекламе / Ю. Ю. Гребенкин. — Новосибирск : РИФ-плюс, 2000. — 214 с.
15. Джонс Г. Кликология. Психология онлайн-шопинга для привлечения покупателей / Г. Джонс. — Москва : Эксмо, 2015. — 320 с.
16. Дули Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя / Р. Дули. — Москва : Попурри, 2015. — 336 с.
17. Дэвис, Джоэл Дж. Исследования в рекламной деятельности: теория и практика / Джоэл Дж. Дэвис. — Москва : ИД «Вильямс», 2003. — 864 с.
18. Иванов А. Игра на эмоциях / Алексей Иванов. — Москва : Альпина паблицер — 2016. — 250 с.
19. Измайлова М. Психология рекламной деятельности : практическое пособие / М. Измайлова. — Москва : Дашков и Ко, 2015. — 236 с.
20. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы / Ильин Е.П. — Санкт-Петербург : Питер, 2000. — 512 с.
21. Ильин Е.П. Психология спорта / Е.П. Ильин. — Санкт-Петербург : Питер, 2010. — 352 с.
22. Кармин А.С. Психология рекламы / А.С. Кармин. — Санкт-Петербург : ДНК, 2004. — 512 с.
23. Клименко В.В. Психологія творчості : навчальний посібник / В.В. Клименко. — Київ : Центр навчальної літератури, 2006. — 480 с.
24. Краско Т.И. Психология рекламы / Т.И. Краско. — Харьков : Студцентр, 2002. — 216 с.
25. Куликов Л.В. Психогигиена личности. Вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики / Л.В. Куликов— Санкт-Петербург : Питер, 2004. — 464 с.
26. Купер К. Индивидуальные различия / К. Купер; пер.с англ. Г. М. Марютиной, под. ред. И. В. Равич-Щерба. — Москва : Аспект Пресс, 2000. — 527 с.
27. Кшенина Н. Профессия рекламист: психологические риски и пути их преодоления // Медиальманах. — 2014. — No 1. — С. 20–29.
28. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. / А.Н. Лебедев-Любимов. — Санкт-Петербург : Питер, 2007. — 384 с.
29. Линдстром М. Чувство бренда. Роль пяти органов чувств в создании выдающихся брендов / М. Линдстром ; вступ. ст. Филипп Котлер. — Москва : Эксмо, 2006. — 272 с.
30. Линдстром М. Neuology: Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя / М. Линдстром. — Москва : Эксмо, 2011. — 240 с.



31. Люшер М. Цвет вашего характера / М. Люшер. — Москва : Рипол классик, 1997. — 240 с.
32. Максименко С.Д. Загальна психологія. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
33. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы : учеб. пос./ Р.И. Мокшанцев. — Москва : ИНФРА-М, Новосибирск : Сибирское согласие, 2000. — 600 с.
34. Москаленко В.В. Соціальна психологія : підруч./ Москаленко В.В. — Київ : Центр навч. літ-ри, 2005. — 624 с.
35. Мучински П. Психология, профессия, карьера / П. Мучински. — 7-е изд., — Санкт-Петербург: Питер, 2004. — 539 с.
36. Назарова А. Психологические особенности восприятия социальной рекламы / А. Назарова. — Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2014. — 152 с.
37. Ольшанский Д. Политическая психология / Д. Ольшанский. — Санкт-Петербург: Питер, 2002. — 576 с.
38. Ольшанский Д.В. Основы политической психологии / Д.В. Ольшанский. — Екатеринбург : Деловая книга, 2001. — 496 с.
39. Основы рекламы : навчальний посібник / А. В.Костіна, Е. Ф. Макаревич, О. І. Карпунін. — 2-е вид., доп. — Москва : КНОРУС, 2008. — 350 с.
40. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія : навч. посіб / Л.Е. Орбан-Лембрик. — Київ: Академвидав, 2005. — 448 с.
41. Павленко В.М. Етнопсихологія : підруч. / Павленко В.М., Таглін С.О. — Київ : Либідь, 1999. — 428 с.
42. Плесси Э. Психология рекламного влияния [Текст] / Плесси Э. — Санкт-Петербург : Питер, 2007. — 272 с.
43. Пронина Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы / Е.Е. Пронина. — Москва : РИП-холдинг, 2002. — 218 с.
44. Психологическая диагностика : учебник для вузов / [под ред. М.К. Акимовой, К.М. Гуревича]. — Санкт-Петербург : Питер, 2006. — 652 с.
45. Психология и психоанализ рекламы : учебное пособие для факультетов психологии, социологии, экономики и журналистики / ред.-сост. Д.Я. Райгородский. — Самара: ИД «Бахрах-М», 2001. — 752 с.
46. Психология и социальные сети: самые интересные исследования. — Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/11/14/psixologiya-i-socialnye-seti-samyie-interesnye-issledovaniya/>. — Назване с екрана. — Дата публикации: 14.11.2016.
47. Психология общения : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / А. П. Панфилова. — Москва : Издательский центр «Академия», 2013. — 368 с.



48. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И.Ш. Резепов. — Москва : Дашков и Ко, 2010. — 224 с.
49. Ростова Е. Особенности восприятия рекламы людьми с разной ценностной ориентацией / Е. Ростова. — Москва : LAP Lambert Academic Publishing, 2012. — 84 с.
50. Смирнова Е.Т. Экспресс-психодиагностика: Введение в целостную психологию : методики и тесты / Елена Тимофеевна Смирнова. — Самара : ИД «Бахрах-М», 2005. — 319 с.
51. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. — Санкт-Петербург : Питер, 2003. — 608 с.
52. Токарев Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник / Б. Е. Токарев. — Москва : Экономистъ, 2007. — 620 с.
53. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування : навч. посібник / І. М. Цимбалюк. — Київ : Професіонал, 2004. — 300 с.
54. Чайка Г.Л. Самоменеджмент менеджера : навч. посіб. / Г.Л. Чайка. — Київ : Знання, 2014. — 422 с.
55. Шадських Ю. Г. Психологія. Короткий навчальний словник: терміни і поняття : навч. посіб. / Ю. Г. Шадських, В. М. Піча. — Львів: Магнолія, 2006. 2008. — 275 с.
56. Шевченко Д.А. О профессии (или кто такой рекламист) / Д.А. Шевченко. — Режим доступа: <https://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/o-professii-ili-cto-takoj-reklamist/>. — Название с экрана.
57. Шуванов В.И. Психология рекламы / В.И. Шуванов. — Изд.3-е. — Ростов н. Дону : Феникс, 2006. — 315 с.
58. Экман П. Психология лжи / П. Экман. — Санкт-Петербург : Питер, 1999. — 250 с.
59. Identifying the skills required for PR today. — 26th June 2016. — Mode of Access: <http://www.prmoment.com/category/pr-research/the-skills-for-pr-today/>. — Title from the Screen.
60. Kahle, Lynn R. Consumer Behavior Knowledge for Effective Sports and Event Marketing Lynn R. Kahle; Angeline G. Close. — New York : Routledge, 2011. — 348 p.
61. McGonigal, Jane. Reality Is Broken. Jane McGonigal. — New York : The Penguin Press, 2011. — 388 p.
62. What Are The Soft Skills A PR Executive Should Have? / Elaine Seah ; Submitted On July 28, 2016. — Mode of Access: [http://EzineArticles.com/expert/Elaine\\_Seah/2199530](http://EzineArticles.com/expert/Elaine_Seah/2199530). — Title from the Screen.
63. 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 [Електроний ресурс]. — Режим доступу : <http://inpsy.naps.gov.ua/>. — Назва з екрана. — Дата перегляду : 30.08.2017.
2. Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України [Електроний ресурс]. — Режим доступу : <http://ispp.org.ua/>. — Назва з екрана. — Дата перегляду : 27.08.2017.
3. American Psychological Association. — Mode of Access : <http://www.apa.org/>. — Title from the Screen. — Date of Appeal : 28.08.2017.