

Сумський державний педагогічний університет
імені А.С.Макаренка
НН інститут педагогіки і психології
Кафедра психології

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор Навчально-
наукового Інституту
педагогіки і психології
проф.  Є.М. Кондратюк
«27» серпня 2020 р.



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПСИХОЛОГА

галузь знань **05 Соціальні та поведінкові науки**

спеціальність **053 Психологія**

освітня-програма **Психологія другого (магістерського) рівня вищої освіти**

Мова навчання: українська

Погоджено науково-методичною комісією
НН Інституту педагогіки і психології

«27»серпня 2020 р

Голова : к. психол. н., доц. Тарасова Т.Б.



Суми – 2020

Розробники:

Дворніченко Лариса Леонідівна, к.філос.наук, доцент, доцент кафедри психології

Робоча програма розглянута і схвалена на засіданні кафедри психології
Протокол № 1 від « 27 » серпня 2020 р.

Завідувач кафедри
д.психол.н., професор



Кузікова С.Б.

Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3	магістр	вибіркова	
		Рік підготовки:	
		2-й	2-й
		Семестр	
3 -й		3-й	
Лекції			
16 год.		2 год.	
Практичні, семінарські			
12 год.		2 год.	
Лабораторні			
0 год.		0 год.	
Самостійна робота			
60 год.		год.	
Консультації:			
2 год.		2 год.	
Загальна кількість годин - 90		Вид контролю: залік	

1. Мета вивчення навчальної дисципліни

На сучасному етапі розвитку психологічної науки все частіше з'являються нові галузі. Психолог-консультант стикається з новими запитами – вимогами сьогодення. Даний курс розкриває особливості роботи психолога консультанта в таких галузях, як психологія кар'єри та психологія реклами, що були найменше представлені в курсі підготовки першого (бакалаврського) рівня. Активне керування кар'єрним розвитком, вміння себе презентувати є передумовою не тільки професійного, але і життєвого успіху особистості. Тож мета курсу – розкрити можливості роботи психолога, в таких сферах діяльності як побудова кар'єри і рекламна діяльність.

2. Передумови для вивчення дисципліни

Курс «Інноваційна діяльність психолога» ґрунтується на теоретичних передумовах таких дисциплін як «Загальна психологія», «Психологія спілкування», «Вступ до спеціальності», «Філософія практичної психології», «Психодіагностика», «Соціальна психологія», «Психологія праці», тощо.

3. Результати навчання за дисципліною

Здатність вирішувати складні завдання у проблемному полі зазначених галузей професійної діяльності забезпечується наступними результатами навчання. Психологи магістри зможуть:

РН1. Знати особливості побудови індивідуальної концепції кар'єри та зміст основних її елементів; розуміти основні технології керування кар'єрою;

РН2. Проводити психодіагностичне дослідження в контексті ефективного керування кар'єрою: оцінка кар'єрного потенціалу, діагностика кар'єрної компетентності;

РН3. Розуміти теорію і практику кар'єрного тьюторінгу; визначати форми і методи розвивально-корекційної роботи спрямовані на супровід професійного зростання спеціаліста;

РН4. Володіти сучасними формами самопрезентації та самореклами;

РН5. Обирати і застосовувати надійні та екологічні технології рекламних впливів;

РН6. Аналізувати технології рекламних впливів на підґрунті етичних аспектів.

4. Критерії оцінювання результатів навчання

Шкала ЄКТС	Критерії оцінювання навчальних досягнень студента
А	«Відмінно». Теоретичне підґрунтя курсу засвоєно повністю, необхідні практичні навички практичної роботи сформовані на високому рівні, всі навчальні завдання, що

	передбачені програмою виконані, сумарна якість їх виконання оцінена числом балів від 90 до 100.
В	«Дуже добре» – навчальна діяльність високої якості та відповідає всім основним вимогам, теоретичний зміст курсу освоєно повністю, необхідні практичні навички діяльності психолога в основному сформовані, всі передбачені програмою навчання навчальні теоретичні та практичні завдання виконані, якість виконання більшості з них оцінено числом балів, близьким до максимального, тобто від 82 до 89 балів.
С	«Добре» – навчальна діяльність якісна та відповідає більшості вимог, теоретичний зміст курсу освоєно повністю, практичні навички сформовані недостатньо, всі передбачені програмою навчання навчальні теоретичні завдання виконані повністю, якість виконання жодного з них оцінено не нижче середнього балу, деякі з виконаних завдань, можливо, містять помилки, є складності у виконання практичних завдань. Сумарна якість виконання оцінена від 74 до 81 балів.
Д	«Задовільно» – навчальна діяльність якісна та відповідає основним вимогам, теоретичне підґрунтя курсу освоєно частково, але пробіли не носять істотного характеру, необхідні практичні навички професійної діяльності в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі види завдань виконані з помилками. Сумарна оцінка за виконання завдань – 64 -73 бали.
Е	«Посередньо» – навчальна діяльність слабка та не відповідає більшості вимог, теоретичний зміст курсу освоєно частково, більшість необхідних навиків не сформовано, багато навчальних завдань, що передбачені програмою навчання, не виконані, або сумарна якість виконання оцінена числом балів, близьким до мінімального – 60 – 63 бали.
Ф	«Незадовільно» (з можливістю перездачі) – теоретичний зміст курсу освоєно частково, наявні суттєві пробіли, необхідні навички практичної роботи не сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконано, або якість їх виконання

	оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості оволодіння навчальною дисципліною.
FX	«Незадовільно» (без можливості перездачі) – навчальна діяльність не відповідає вимогам, теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, навчальні завдання не виконані чи містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не виконана, магістрант не володіє навичками професійної діяльності.

Розподіл балів

Приклад для заліку

Поточний контроль									Разом	Сума
РОЗДІЛ 1				РОЗДІЛ 2						
Т 1.1	Т 1.2	Т 1.3	Т 1.4	Т 2.1	Т 2.2	Т 2.3	Т 2.4	Т 2.5		
Поточний контроль									60	100
5	5	5	10	5	5	15	5	5		
Контроль самостійної роботи									40	
4	4	4	4	4	4	8	4	4		

Т 1.1, Т 1.2 ... Т 2.4 – теми розділів

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для екзамену, заліку, курсового проекту (роботи), практики
90 – 100	A	відмінно
82 - 89	B	добре
74 - 81	C	
64 - 73	D	задовільно
60 - 63	E	
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1 - 34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

5. Засоби діагностики результатів навчання

Для оцінки результатів навчання в курсі використовуються: залік.

Під час модульного контролю використовуються поточне оцінювання, експрес-тести, аналітичні звіти, презентація проектів.

Програма навчальної дисципліни

7.1. Інформаційний зміст навчальної дисципліни

Розділ 1. Діяльність психолога в галузі побудови кар'єри.

Тема 1.1. Теоретичні та практичні аспекти побудови кар'єри. Типи та стадії кар'єри. Цілепокладання у кар'єрі та кар'єрне планування. Основні моделі і стратегії кар'єри. Критерії та фактори кар'єрного успіху. Гендерні аспекти кар'єри.

Тема 1.2. Технології кар'єрного менеджменту. Кар'єрний самоменеджмент. Діагностика та розвиток кар'єрної компетентності. Технології кар'єрного просування і оцінки кар'єрного потенціалу.

Тема 1.3. Психологічні особливості побудови кар'єри молодого спеціаліста. Сучасні методи самопрезентації та планування кар'єри. Кар'єрні кризи на різних етапах професіоналізації. Технології подолання кар'єрних криз. Кар'єрний тьюторінг. Кар'єра професіонала в різних сферах діяльності (система державного управління, бізнес-організаціях, промислове підприємство)

Тема 1.4. Можливості практичної психології в роботі з кар'єрним менеджментом. Можливості тренінгової роботи щодо керування кар'єрою спеціаліста. Програма оцінки кар'єрних компетенцій співробітників компаній. Діагностика кар'єрних компетенцій.

Розділ 2. Діяльність психолога в галузі реклами.

Тема 2.1. Теоретичні та методологічні питання психології реклами.

Рекламна діяльність як явище економіки, психології та культури. Історія розвитку реклами та проведення рекламних заходів. Реклама як комунікація, потреба в спілкуванні і соціалізація особистості. Людина як суб'єкт рекламних комунікацій. Особистість і самореклама. Соціалізація і само презентація в дитячому віці. Основні стратегії поведінки людини у умовах самореклами. Соціальна мода та брендинг.

Тема 2.2. Реклама як засіб психологічного впливу. Концепція реклами як форма психологічного впливу. Гіпноз. Навіювання. Зараження. Наслідування. Переконавання. Стереотипізація. Імідж. Механізм «ореолу», ідентифікація, технологія «25-го кадру». Рекламні шоу. НЛП. Проблема

моделювання психологічної структури рекламних впливів. Психологічне маніпулювання в умовах особистих продаж. Етичні проблеми психологічних впливів в рекламі.

Тема 2.3. Психічні процеси в рекламі. Психічні процеси і рекламні впливи. Задоволення потреб у відчуттях. Механізми і характеристики сприймання в рекламі. Процеси привертання уваги. Запам'ятовуваність реклами як критерій її ефективності. Прийняття рішення як особлива форма мисленнєвої діяльності. Роль уяви у формуванні культури соціуму. Емоційні стани. Особливості протікання психічних процесів в умовах рекламних комунікацій.

Тема 2.4. Психологія пропаганди і реклами в засобах масової інформації.

Пропаганда як вид рекламної діяльності: мета і завдання пропаганди. Пропаганда в умовах психологічних війн. Механізми впливу пропаганди на психіку людини. вплив психологічних стереотипів на сприймання змісту пропаганди. Політична реклама, іміджмейкінг. Психологічні особливості розміщення реклами в засобах масової інформації.

Тема 2.5. Реклама як об'єкт психологічного дослідження в бізнесі.

Маркетинг як основна концепція виробництва і реалізації товарів та послуг в сучасних ринкових умовах. Стратегії організації досліджень і прикладних розробок в рекламній діяльності. Психографічний аналіз в маркетингу і рекламі. Типи рекламних комунікацій в маркетингу. Психологічні проблеми дослідження мотивації споживача. Психологія реклами і проблема вивчення потреб. «Опредмечення» потреб в маркетингу та рекламі. Розвиток потреб і умовах ринку. Іміджі і бренди як предмет соціальних потреб.

7.2. Структура та обсяг навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	у тому числі						у тому числі					
	Усього	Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост.р	Усього	Лекції	Практ.	Лабор.	Конс.	Самост. робота
РОЗДІЛ 1. ДІЯЛЬНІСТЬ ПСИХОЛОГА В ГАЛУЗІ ПОБУДОВИ КАР'ЄРИ.												
Тема 1.1. Теоретичні та практичні аспекти побудови кар'єри.	10	2	2			6	10					10
Тема 1.2. Технології кар'єрного менеджменту	10	2	1			7	12	2				10
Тема 1.3. Психологічні особливості побудови кар'єри молодого спеціаліста	10	2	1			7	10					10
Тема 1.4. Можливості практичної психології в роботі з кар'єрним менеджментом.	11	2	2			7	8					8
РОЗДІЛ 2. ДІЯЛЬНІСТЬ ПСИХОЛОГА В ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ.												
Тема 2.1 Теоретичні та методологічні питання психології реклами.	8	1	1			6	10					10
Тема 2.2. Психічні процеси в рекламі.	6	1	1			4	8					8

Тема 2.3. Реклама як засіб психологічног о впливу.	12	2	2			8	12		2			10
Тема 2.4. Психологія пропаганди і реклами в засобах масової інформації.	10	2	1			7	12				2	10
Тема 2.5. Реклама як об'єкт психологічног о дослідження в бізнесі.	13	2	1		2	8	8					8
Всього	90	16	12		2	60	90	2	2		2	84

Теми практичних (семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	Теоретичні та практичні аспекти побудови кар'єри.	2	
2	Технології кар'єрного менеджменту	1	
3	Психологічні особливості побудови кар'єри молодого спеціаліста	1	
4	Можливості практичної психології в роботі з кар'єрним менеджментом.	2	
5	Теоретичні та методологічні питання психології реклами	1	
6	Психічні процеси в рекламі	1	
7	Реклама як засіб психологічного впливу	2	2
8	Психологія пропаганди і реклами в засобах масової інформації	1	
9	Реклама як об'єкт психологічного дослідження в бізнесі	1	
Разом		12	2

8. Рекомендовані джерела інформації

Основні:

1. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы: Учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению и спец. психологии. СПб. : Питер, 2003. 368 с.
2. Кови С., Бланшар К., Гоулман Д., Шейн Э. Продвижение себя СПб., Питер, 2014. 224с
3. Могилёвкин Е.А. Карьерный рост: диагностика, технологии, тренинг [монография]. СПб.: Речь, 2007. 336с.
4. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність: Курс лекцій. К.: МАУП, 2002. 240с.
5. Партико Н., Закалик Г. Психологія інновацій та реклами. Львів.: Львівська політехніка, 2019. 248с.
6. Психологія реклами: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Зазимко, М.С. Корольчук, В.М. Корольчук та ін. Київ : Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2016. 384 с.
7. Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. Психологія управління. Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 664 с.
8. Резепов И. Психология рекламы и PR: Учеб. пособие / Ильдар Резепов. – М.: Дашков и Ко, 2009. 224с.

Додаткові:

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Р. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения. Повседневное использование и злоупотребление. СПб.: прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. 384 с.
2. Годин А. М., Дмитриев А.А., Бабленков И.Б. Брендинг: Учеб. пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К». 2006. 364с.
3. Головлева Е. Л. Основы рекламы: Учеб. пособие. М.: "Издательский Дом "Главбух", 2003. 269 с.
4. Гуревич П.С. Психология рекламы: Учебник для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 287 с.
5. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. СПб: Питер, 2005. 144 с.
6. Карамушка Л. М., Філь О. А., Левковець В. В., Альохіна О. І., Михайленко В. О. Технологія психологічної підготовки персоналу держадміністрацій до роботи в команді: навч. посб. К.: Наук. світ, 2008. 182 с.
7. Карамушка Л. М. Психологія управління: Навч. посіб. К.: Міленіум, 2003. 344 с.
8. Соснюк О. П. Психологічні технології протидії використанню маніпуляційних технік // Актуальні проблеми психології, Збірник наукових

праць Інституту психології ім.Г.С.Костюка АПН України., Том 10, Випуск 6, Частина 2, Київ. 2008. С. 241-244.

9. Уэллс У., Бернет Д., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб.: Питер, 2003.797с

10. Синдром «професійного вигорання» та професійна кар'єра працівників освітніх організацій: гендерні аспекти: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів та слухачів інститутів післядипл. освіти ; за наук. ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки, Т.В. Зайчикової. К. : Міленіум, 2004 . 212 с.