

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0822U100170

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 11-01-2022

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Нікольська Анна Дмитрівна

2. Nikolska Anna D.

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор філософії

Аспірантура/Докторантура: так

Шифр наукової спеціальності: 053

Назва наукової спеціальності: Соціальні та поведінкові науки. Психологія

Галузь / галузі знань:

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 28-12-2021

Спеціальність за освітою: Практична психологія

Місце роботи здобувача:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): ДФ 26.133.024

Повне найменування юридичної особи: Київський університет імені Бориса Грінченка

Код за ЄДРПОУ: 02136554

Місцезнаходження: вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 18/2, м. Київ, 04053, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Київський університет імені Бориса Грінченка

Код за ЄДРПОУ: 02136554

Місцезнаходження: вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 18/2, м. Київ, 04053, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство освіти і науки України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 15.41

Тема дисертації:

1. Соціально-психологічні чинники впливу рекламних текстів на купівельні наміри споживачів
2. Socio-psychological factors influencing advertising texts on consumer purchasing intentions

Реферат:

1. У роботі представлено результати дослідження чинників впливу рекламних текстів на купівельні наміри споживачів. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю психологічного аналізу впливу рекламних текстів на споживачів, оскільки більшість із наявних на сьогодні досліджень не враховують індивідуальні та типологічні особливості реципієнтів реклами, що негативно впливає на якість рекламної комунікації та може мати негативні психологічні наслідки для суспільства. У соціальній психології наразі бракує чітко схарактеризованої класифікації споживачів, яка б одночасно охоплювала основні прояви психічної діяльності людини у сфері споживчої поведінки під рекламним впливом. Здійснено теоретичний аналіз досліджуваної проблеми, розглянуто рекламний текст як соціокультурний феномен комунікації, метою якого є формування купівельних намірів. Рекламний текст розуміється як складний текстовий жанр, що має поєднувати у собі емоційні, комунікативні, репрезентативні, інформативні та мотиваційні функції. У розумінні особою сприйнятого рекламного тексту значну роль відіграє когнітивна (попередній когнітивний досвід, наявність чітких переконань та цінностей, що походять з соціальних умов життя) та емоційна

(здатність до адекватного емоційного реагування на зовнішні стимули) сфери.

2. The research presents the results of a study of the factors influencing advertising texts on consumer intentions. The relevance of the study is due to the need for psychological analysis of the impact of advertising texts on consumers, as most of the current studies do not take into account individual and typological characteristics of recipients of advertising, which negatively affects the quality of advertising communication and may have negative psychological consequences for society. Social psychology currently lacks a clearly defined classification of consumers, which would simultaneously cover the main manifestations of mental activity in the field of consumer behavior under the influence of advertising. Theoretical analysis of the researched problem is carried out, the advertising text is considered as a sociocultural phenomenon of communication, the purpose of which is the formation of purchasing intentions. Advertising text is understood as a complex text genre that should combine emotional, communicative, representative, informative and motivational functions. Cognitive (previous cognitive experience, the presence of clear beliefs and values derived from social living conditions) and emotional (ability to adequately respond to external stimuli) play a significant role in the understanding of the perceived advertising text.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Лозова Ольга Миколаївна

2. Lozova Olha Mykolaivna

Кваліфікація: д.психол.н., 19.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Кузікова Світлана Борисівна
2. Kuzikova Svitlana Borusivna

Кваліфікація: д.психол.н., 19.00.07

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Дячук Наталія Валеріївна
2. Diachuk Nataliia Valerivna

Кваліфікація: к. психол. н., 19.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Литвиненко Олена Олександрівна
2. Litvinenko Olena Oleksandrivna

Кваліфікація: к. психол. н., 19.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Каліщук Світлана Миколаївна

2. Kalishchuk Svitlana M.

Кваліфікація: д. психол. н., 19.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VIII. Заключні відомості

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
голови ради**

Сергеєнкова Оксана Павлівна

**Власне Прізвище Ім'я По-батькові
головуючого на засіданні**

Сергеєнкова Оксана Павлівна

**Відповідальний за підготовку
облікових документів**

Реєстратор

**Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є
відповідальним за реєстрацію наукової
діяльності**



Юрченко Т.А.