

CURRICULUM VITAE

Фамилия: Спасова
Име: Анелия
Презиме: Петрова

Служебен адрес: Доц. Анелия Петрова Спасова
Философски факултет
Софийски университет "Климент Охридски"
бул. "Цар Освободител" 15,
София 1000
България
Тел. 02/9711002, вътр.293
E-mail: apspasova@phls.uni-sofia.bg

Професионална кариера:

1973 - Завършва Философски факултет на СУ "Кл. Охридски",
1974 - Избрана за асистент във Философски факултет на СУ "Кл. Охридски"
1975 - Специализация в Московския държавен университет
1982 - Докторска степен по философия .
1985, 1988 - Специализации в Лайпцигския университет
1990 - Избрана за доцент
1996 – Хоноруван преподавател в Нов български университет.

Лекционни курсове:

1. "Икономическа психология"
2. "Психология на рекламата"
3. "Потребителско поведение"
4. "Интегрирани маркетингови комуникации"

Публикации

Книги

1. Социално-класова структура на съвременното българско общество, София 1986, съавтор.
2. Психологически проблеми на управлението в образователната дейност, София 1995, съавтор.
3. Психология на рекламата, София 1999. ISBN 954-464-091-6
4. Потребителско поведение и реклама, София, 2004. ISBN 954-91410-2-0

Студии и статии .

5. Реклама и мотивация на потребителското поведение, Годишник на Софийския университет, Книга Психология, 1993;
6. Имиджът в рекламната практика, сп. Връзки с обществеността, 1995;
7. Повлияването на потребителя като крайна цел на рекламната стратегия, Годишник на Софийския университет, 1995.

8. "Импактът" като критерий за рекламно повлияване, Годишник на Софийския университет, Книга Психология, 1999;
9. Промяна на потребителските нагласи чрез реклама, Годишник на Софийския университет, Книга Психология, 2000.
10. Рекламата - между правилата и аматьорството, сп. Лидер, 2001; .
11. Рекламата като "начин на употреба", сп. Лидер, 2001.
12. Потребителско поведение и социално-групово влияние, Годишник на СУ, Книга Психология, 2002, съавтор.
13. Проникване на нов продукт на пазара и реклама, Годишник на СУ, Книга Психология, 2003.
14. Децата-обект на рекламно въздействие" в Сб. „Приложна психология и социална практика”, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2005;
15. Потребителска социализация - същност и основни фактори. ГСУ, Книга психология , 2005.
16. Ефективността на рекламното въздействие – теоретичен или практически проблем, В Сб. Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2006
17. Престижно потребление и мода. ГСУ, Книга Психология, 2006.
18. Агресията в рекламата, в Сб. „Приложна психология и социална практика”, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2007 г.
19. “Emigration Tendencies among the Bulgarian Students and Deficiencies in Their Political Socialization”, in “Migration: Current Issues and Problems”, 2007, в съавторство.
20. Психологически аспекти на бранда, в: Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2008, с. 54-62. 2008.
21. Ефективността на рекламата като психологически проблем. В: Сборник научни доклади, Пети национален конгрес по психология, С., Изток-Запад, 2008.
22. Модата като социално-психологически феномен В: Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2009.
23. Истината/неистината и техните превъплощения в рекламата. В: Етиката в българската икономика, С., Унив. Изд. “Стопанство”, 2010.
24. Психология на ценообразуването В: Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2010.
25. Потребление и удовлетвореност от живота. В: Психологията – традиции и перспективи, ЮЗУ, Благоевград, 2010.
26. Контекст ефектът в рекламата. В: Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2011.
27. Влияние на хумора в рекламата върху бранда. В:Сборник научни доклади на Шести конгрес по психология, София, Изток-Запад, 2011.
- 28.Обществени нагласи към рекламата, в: Приложна психология и социална практика, Варна, ВСУ”Черноризец Храбър”, 2012.