

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки: 37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ

Уровень высшего образования: БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения: ОЧНАЯ

Семестр: VIII СЕМЕСТР

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная цель курса – состоит в ознакомлении студентов с основами рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, с психологическими и социально-экономическими аспектами рекламы.

Объем и содержание учебной дисциплины «Психология рекламы» в высших учебных заведениях определены требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования Российской Федерации, предъявляемыми к факультативным курсам.

Структура курса основана на психологическом подходе к проблемам рекламной деятельности и включает вопросы истории развития рекламы и рекламных технологий, социально-организационные аспекты рекламной деятельности, затрагиваются темы политической рекламы и политического имиджа, отражения рекламы в российской культуре.

Задачи освоения содержания курса:

1. Изучение истории рекламы, её связи с развитием культуры и экономики общества.
2. Систематизация теоретических знаний, необходимых для создания рекламного материала и его оценки.
3. Анализ особенностей рекламного образа и способов его воздействия.
4. Ознакомление с основными технологиями создания рекламного материала.
5. Освоение методов социально-психологических исследований в области рекламы: выяснение мотивации потребителей, причин популярности товара, измерение рейтингов.
6. Знакомство с организацией рекламной компании и деятельностью рекламного агентства.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Психология рекламы» входит в вариативную часть учебного плана, в дисциплины по выбору.

Пререквизиты дисциплины: «Общая психология», «История психологии», «Социальная психология», «Педагогическая психология», «Психология личности».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-1 - способность решать стандартные задачи	Частично	Знать основные требования к библиографическому описанию книг,

<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>		<p>способы организации информационно-поисковой работы; нормативно-правовые основы информационного обмена, основные угрозы безопасности при работе с информацией; современное состояние и тенденции развития компьютерной техники, основные методы, способы и средства получения, хранения и переработки информации; особенности современных информационных технологий и основные принципы устройства сети Интернет, основные общие и психологические ресурсы Интернета.</p> <p>Уметь осуществлять самостоятельный библиографический и информационный поиск; организовывать и выполнять мероприятия по обеспечению защиты информации; при помощи компьютерной техники осуществлять поиск, хранение и переработку необходимой информации; использовать современные информационные технологии и систему Интернет в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть навыками использования данных библиографического и информационного поиска при решении профессиональных задач, в том числе в процессе оформления научных статей, отчетов, заключений; навыками поддержания информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; навыками работы с различными компьютерными информационными базами; приемами и методами профильного использования современных информационных технологий, в том числе различных офисных приложений, и сети Интернет.</p>
<p><i>ПК-1</i> - способность к реализации стандартных программ, направленных на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, а также профессиональных рисков в различных видах деятельности</p>	<p><i>Частично</i></p>	<p>Знать стандартные программы по предупреждению и способы профилактики отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, систему психологических категорий и методов, необходимых для профессиографии, а так же психологические последствия влияния на человека различных видов профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь применять программы и методы, направленные на гармонизацию психического функционирования человека</p>

		<p>и предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, разрабатывать программу психологического обследования субъектов труда и их деятельности в связи с конкретным социальным заказом;</p> <p>Владеть навыками анализа последствий влияния на человека профессиональной деятельности, а также стандартными программами, профилактики отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, навыками проведения психологического анализа конкретных видов труда, профессиональных задач и ситуаций; разработки психологического портрета профессионала</p>
--	--	--

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1	Тема 1. Введение. Реклама как социокультурный процесс в современном обществе. История рекламы	8	1	2	4		3	3/50%	
2	Тема 2. Основные виды рекламы и её носители. Функции рекламы.	8	2-3	2	4		3	3/50%	
3	Тема 3. Психология рекламы. Когнитивн	8		2	4		3	3/50%	

	ый, эмоциональ ный и поведенчес кий компонент ы рекламного воздействи я.		4						
4	Тема 4. Рекламные технологии. Используй вание цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.	8	5-6	2	4		3	3/50%	рейтинг- контроль № 1
5	Тема 5. Манипуляц ии в рекламе. Психологич еская экспертиза рекламы.	8	7- 12	2	4		3	3/50%	рейтинг- контроль № 2
6	Тема 6 . Реклама: PR и бренд.	8	13- 14	2	4		3	3/50%	
7	Тема 7. Организац ия рекламной деятельност и. Планирован ие рекламной компании.	8	15- 16	2	4		3	3/50%	
8	Тема 8. Оценка эффективно сти рекламной деятельност и.	8	17- 18	2	4		3	3/50%	рейтинг- контроль №3
Всего за 2 семестр		8	1-18	16	32		24	24/50%	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР		8			-				
Итого по дисциплине		8		16	32		24	24/50%	Зачет

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ

Изучение дисциплины заканчивается *зачетом*.

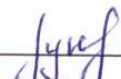
6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ

Общая трудоемкость дисциплины составляет *2 зачетные единицы, 72 часа*.

Составитель:

ассистент кафедры

общей и педагогической психологии




(ФИО, подпись) Рунова Ю.Н.

Заведующая кафедрой

общей и педагогической психологии

к. психол.н.



(ФИО, подпись) Пронина Е.В.

Председатель

учебно-методической комиссии


направления 37.03.01 Психология

Зав.каф. ПЛиСП ГумИ ВлГУ, к.психол. н., доцент



(ФИО, подпись) Филатова О.В.

Директор ГумИ



(ФИО, подпись) Петровичева Е.М.

Дата: 26.08.2020

Печать института

