

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки: 37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ

Уровень высшего образования: БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения: ОЧНО-ЗАОЧНАЯ

Семестр: VI СЕМЕСТР

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

**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 «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ» В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Психология рекламы» входит в вариативную часть образовательной программы, в предметы по выбору.

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

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

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, способы

<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>		<p>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><b>Уметь</b> 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><b>Владеть</b> 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><b>Знать</b> 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><b>Уметь</b> применять программы и методы, направленные на гармонизацию психического функционирования человека 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><b>Владеть</b> 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. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (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	6	1	4	2		13	3/50%	
2	Тема 2. Основные виды рекламы и её носители. Функции рекламы.	6	2-3	2	2		13	2/50%	
3	Тема 3. Психология рекламы. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия.	6	4	2	2		13	2/50%	
4	Тема 4. Рекламные технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.	6	5-6	2	2		13	2/50%	рейтинг-контроль № 1
5	Тема 5. Манипуляц	6		2	2		14	2/50%	рейтинг-контроль № 2

	ии в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы.		7- 12					
6	Тема 6. Реклама: PR и бренд.	8	13- 14	2	2		14	2/50%
7	Тема 7. Организация рекламной деятельности. Планирование рекламной компанияи.	6	15- 16	2	2		14	2/50%
8	Тема 8. Оценка эффективности рекламной деятельности.	6	17-18	2	4		14	3/50%
<b>Всего за 6 семестр</b>		<b>6</b>	<b>1-18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>108</b>	<b>18/50%</b>
<b>Наличие в дисциплине КП/КР</b>		<b>6</b>			-			
<b>Итого по дисциплине</b>		<b>6</b>	<b>1-18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>108</b>	<b>18/50%</b>
								<b>Зачет</b>
								<b>Зачет</b>

### 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ

Изучение дисциплины заканчивается *зачетом*.

### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ

Общая трудоемкость дисциплины составляет *4 зачетных единицы, 144 часа*.

Составитель:

ассистент кафедры

общей и педагогической психологии, к.психол.н.



Шахворостова Т.В.

(ФИО, подпись)

Заведующая кафедрой

общей и педагогической психологии

к. психол.н.



Пронина Е.В.

(ФИО, подпись)

Председатель

учебно-методической комиссии

направления 37.03.01 Психология

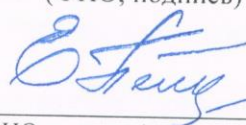
Зав.каф. ПЛиСП ГумИ ВлГУ, к.психол. н., доцент



Филатова О.В.

(ФИО, подпись)

Директор ГумИ



Петровичева Е.М.

(ФИО, подпись)

Дата: 22.08.2019

Печать института

