

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки: 37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ

Уровень высшего образования: БАКАЛАВРИАТ

Форма обучения: ЗАОЧНАЯ

Семестр: VIII СЕМЕСТР

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Целью освоения дисциплины является ознакомление 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 предметы по выбору вариативной части учебного плана ОПОП (Б1.В.ДВ.6.1) подготовки студентов, обучающихся по направлению 37.03.01 Психология.

Данная дисциплина связана со следующими: общая психология, история психологии, социальная психология, педагогическая психология, психология личности, психология общения, психология профориентации, психология профессионального педагогического общения, методы работы психолога в школе, психологическая служба образования.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **профессиональные (ПК) компетенции:**

- способность к постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

- основы планирования научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-6).

Уметь:

- выстраивать целеполагание в профессиональной деятельности, ставить научные и практические задачи (ПК-6);
- применять психологические знания для создания рекламного материала, применять навыки социально-психологических исследований в области рекламы, осуществлять психологическую экспертизу рекламы.

Владеть:

- способами анализа результатов научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-6);
- психологическими аспектами рекламной деятельности, знаниями о месте рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, представлениями о видах рекламы и их особенностях.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
	Тема 1. Введение. Реклама как социокультурный процесс в современном обществе. История рекламы	8	2					6	1/50%	
	Тема 2. Основные виды рекламы и её носители. Функции рекламы.	8	2					6	1/50%	
	Тема 3. Психология рекламы. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия.	8		2				10	1/50%	
	Тема 4. Рекламные	8		2				8	1/50%	

технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.									
Тема 5. Манипуляции в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы.	8					10			
Тема 6 . Реклама: PR и бренд.	8					8			
Тема 7. Организация рекламной деятельности. Планирование рекламной компаний.	8					8			
Тема 8. Оценка эффективности рекламной деятельности.	8					8			
Итого за 8 семестр		4	4			64		4/50%	зачет

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ

Изучение дисциплины заканчивается *зачетом*.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ

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

Составитель:

доцент кафедры общей и
педагогической психологии, к.психол.н.

_____ Чернышева Н.С.
(ФИО, подпись)

Заведующая кафедрой
общей и педагогической психологии
к. психол.н.

_____ Морозова О.В.
(ФИО, подпись)

Председатель
учебно-методической комиссии
направления 37.03.01 Психология
Директор ГумИ, д.ист.н., профессор

_____ Петровичева Е.М.
(ФИО, подпись)

Дата: _____

Печать института

технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.								
Тема 5. Манипуляции в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы.	8					10		
Тема 6 . Реклама: PR и бренд.	8					8		
Тема 7. Организация рекламной деятельности. Планирование рекламной компании.	8					8		
Тема 8. Оценка эффективности рекламной деятельности.	8					8		
Итого за 8 семестр		4	4			64	4/50%	зачет

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ

Изучение дисциплины заканчивается *зачетом*.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ

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

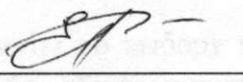
Составитель:

доцент кафедры общей и
педагогической психологии, к.психол.н.


(ФИО, подпись)

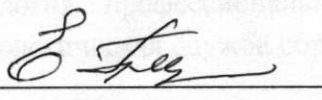
Чернышева Н.С.

Заведующая кафедрой
общей и педагогической психологии
к. психол.н.


(ФИО, подпись)

Морозова О.В.

Председатель
учебно-методической комиссии
направления 37.03.01 Психология
Директор ГумИ, д.ист.н., профессор


(ФИО, подпись)

Петровичева Е.М.

