

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки: 37.03.01 *ПСИХОЛОГИЯ*

Уровень высшего образования: *БАКАЛАВРИАТ*

Форма обучения: *ОЧНАЯ*

Семестр: *VIII 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 Б1.Б.ДВ.6.1.

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 и готовность к:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать:

1. психологические основы воздействия рекламы,
2. организацию и основные понятия рекламной деятельности,
3. методы определения эффективности рекламного воздействия.

Уметь:

1. применять психологические знания для создания рекламного материала,
2. применять навыки социально-психологических исследований в области рекламы,
3. осуществлять психологическую экспертизу рекламы.

Владеть:

1. психологическими аспектами рекламной деятельности,
2. знаниями о месте рекламы в системе маркетинговых коммуникаций,
3. представлениями о видах рекламы и их особенностях.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

№ п/п	Раздел (тема) 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 (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	1	2	2				9	2/50%	
	Тема 2. Основные виды рекламы и её носители. Функции рекламы.	8	2-3	2	2				10	2/50%	
	Тема 3. Психология рекламы.	8	4	2	2				9	2/50%	

Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия.										
Тема 4. Рекламные технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.	8	5-6	2	2			10		2/50%	рейтинг-контроль № 1
Тема 5. Манипуляции в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы.	8	7-12	2	2			9		2/50%	рейтинг-контроль № 2
Тема 6. Реклама: PR и бренд.	8	13-14	2	2			10		2/50%	
Тема 7. Организация рекламной деятельности. Планирование рекламной компании.	8	15-16	2	2			9		2/50%	
Тема 8. Оценка эффективности рекламной деятельности.	8	17-18	2	2			10		2/50%	рейтинг-контроль №3
Итого за 8 семестр			16	16			76		16/50%	зачет

5. ВИД АТТЕСТАЦИИ

Изучение дисциплины заканчивается *зачетом*.

6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ

Общая трудоемкость дисциплины составляет *3 зачетных единицы, 108 часов*.

Составитель:

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


(ФИО, подпись)

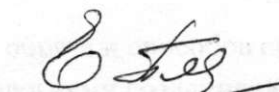
Чернышева Н.С.

~~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.

Дата: 22.02.2015

Печать института

