

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ учебной дисциплины (модуля)

Б1.В.13 «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки: 37.03.01 Психология

Направленность (профиль): Общий профиль

Программа подготовки: академический бакалавриат

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная; заочная

Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 ч)

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. *Цели освоения дисциплины* «Психология рекламы» состоят в систематическом изложении основных представлений о рекламе, ее функциях, структуре, условиях функционирования и развития, представление систем категорий и понятий, характеризующих рекламную деятельность.

1.2. *Задачи дисциплины:*

- сформировать у студентов систему основных понятий и категорий по курсу «Психология рекламы»;
- познакомить с различными направлениями в рекламной деятельности в России и за рубежом;
- раскрыть основные тенденции развития рекламы на современном этапе;
- сформировать адекватное представление о роли и месте рекламы в жизни цивилизованного человека.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

2.1. Цикл (раздел) ОП: дисциплина «Психология рекламы» относится к профессиональному циклу.

2.2. Базовые дисциплины: для успешного освоения дисциплины бакалавр должен иметь базовую подготовку по «Общей психологии», «Социальной психологии», по «Психологии развития» и «Возрастной психологии», «Психологии личности».

Дисциплина «Психология рекламы» взаимосвязана со всеми учебными дисциплинами профессиональной подготовки психологов и является предшествующей для дисциплин: Психология права», «Консультирование личности», «Теории и диагностика интеллекта» и др.

3. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:

- ОК-6: способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- ПК-11: способность к использованию дидактических приемов при реализации стандартных коррекционных, реабилитационных и обучающих программ по оптимизации психической деятельности человека;
- ПК-12: способность к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества;

3.2. Результаты освоения дисциплины

Знать: особые компетенции, связанные с уникальностью задач, объектов и видов профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью (научно-исследовательская, производственно-технологическая, организационно-управленческая, проектная и др.) на предприятиях в организациях, а также готовность следовать их корпоративной культуре; социальные закономерности, воздействующие на поведение людей; влияние социальных процессов на социальное развитие личности, ее социальную позицию.

Уметь: применять базовые и специальные гуманитарные, социально-экономические, математические, естественнонаучные и профессиональные знания в широком (в том числе междисциплинарном) контексте в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; ставить и решать задачи в области

комплексного *анализа социально-культурной среды* с использованием базовых и специальных знаний, современных аналитических методов и моделей; выполнять комплексные профессиональные *проекты в сфере рекламы и связей с общественностью* с применением базовых и специальных знаний, современных методов проектирования для достижения оптимальных результатов, соответствующих техническому заданию с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений; проводить комплексные социально-экономические и культурологические *исследования*, включая поиск необходимой информации, эксперимент, анализ и интерпретацию данных с применением базовых и специальных знаний и современных методов для достижения требуемых результатов в *сфере рекламы и связей с общественностью*.

Владеть: анализом информационных источников, том числе литературы; приемами участия в дискуссиях; навыками выступления с докладами и сообщениями.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основные разделы дисциплины

Раздел 1. История возникновения и задачи психологии рекламы.

Раздел 2. Психология творческих процессов в рекламе

Раздел 3. Реклама как средство психологического воздействия

Виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- лекции с использованием наглядных пособий, мультимедийного оборудования,
- практические занятия в форме групповых дискуссий, круглых столов, пресс-конференций, деловых и ролевых игр.

6. КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: контрольные работы, рефераты, тесты.

Изучение дисциплины заканчивается **экзаменом в 8 семестре**.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 - Психология, профиль подготовки – «Общий профиль».

Разработала: Л.Ш. Бостанова, к.пс.н., доц. кафедры общей и педагогической психологии ФПСР Карачаево-Черкесского государственного университета имени У.Д. Алиева.