

АННОТАЦИЯ
Дисциплины
Б1.В.ДВ.2.1 «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»

Направление подготовки – 37.03.01 «Психология»

Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр*

Профиль – Психология

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Психология рекламы» (Б1.В.ДВ.2.1) относится к дисциплине по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является изучение основных понятий, а также получение базовых умений в области психологии рекламы в контексте отечественной и зарубежной общей и социальной психологии, а также овладение знаниями об особенностях и закономерностях функционирования когнитивных, эмоциональных, потребностно-мотивационных и социально-психологических механизмов воздействия рекламы; умениями в области психологической оценки и экспертизы рекламы и разработки рекламных обращений с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение основных особенностей, места и роли рекламы в системе средств массовой коммуникации и структуре маркетинговых коммуникаций, а также предметное поле психологии рекламы;
- изучение основных психологических моделей рекламного воздействия;
- изучение методов мониторинга, психологической экспертизы, а также психологических методов оценки качества и степени воздействия рекламы;
- освоение материалов практической направленности данной дисциплины, включая умение использовать психологические методы анализа, оценки и степени воздействия рекламы с точки зрения ее коммуникативной эффективности;
- освоение навыков экспертизы рекламы, в том числе с участием специалистов на межведомственной основе;
- освоение навыков проектирования и разработки проектов рекламных обращений с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

Компетенция	Индикатор компетенции
ПК-3 Организация психологического сопровождения и психологической помощи социально уязвимым слоям населения (клиентам)	ПК-3.1.1 Знает основы отечественной и зарубежной общей и социальной психологии (современные направления, актуальные проблемы), основы прогнозирования и проектирования в социальной психологии, принципы, методы, методики и технологии мониторинга социальных явлений, психологии малых групп, психологии

Компетенция	Индикатор компетенции
	масс, методологию индивидуальных консультаций и тренингов (специфика, виды, длительность и т. д.)
ПК-2 Оказание психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам), попавшим в трудную жизненную ситуацию	ПК-2.2.1 Умеет взаимодействовать с разными лицами и группами, органами и организациями социальной сферы, создавать социально-психологическую сеть, разрабатывать программы групповой работы, организовывать и оказывать психологическую поддержку и сопровождение клиентов, нуждающихся в психологической помощи для выхода из трудных жизненных ситуаций, в том числе с участием специалистов на межведомственной основе
	ПК-2.2.2 Умеет оказывать психологическое воздействие на социальное окружение клиентов в рамках профессиональных этических норм

4. Содержание и структура дисциплины

1. Реклама в системе средств массовой маркетинговой коммуникации. Основные модели воздействия рекламы.
2. Когнитивный компонент рекламного воздействия
3. Эмоциональный компонент рекламного воздействия
4. Потребностно-мотивационный компонент рекламного воздействия
5. Социально-психологические механизмы воздействия рекламы
6. Методы психологического исследования рекламы. Психологическая экспертиза и оценка эффективности рекламы

Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 32 час.,

практические занятия – 48 час.,

самостоятельная работа – 24 час.,

контроль – 4 часа.

Форма контроля знаний - Зачет