

**АННОТАЦИЯ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
«Психология рекламы»**

**Направление подготовки (специальность) 37.03.01 Психология.  
Квалификация (степень) – бакалавр.  
Форма обучения - очная, очно-заочная, заочная  
Программа реализуется кафедрой общей и клинической психологии.**

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 Психология целями освоения дисциплины «Психология рекламы» являются:

- подготовка специалиста к профессиональной деятельности в области психологии;
- формирование у студентов психологического сознания и мышления, овладение категориями научной психологии, принципами и методами психологического исследования, подходами к изучению психических явлений;
- основные этапы становления субъекта труда и формирования профессионала;
- профессиональные знания о системе «человек-человек»;
- механизмами воздействия рекламы на человека и о степени их эффективности;
- потенциальной возможности рекламы;
- знание социально-психологических закономерностей развития рекламы и рекламной деятельности;
- изучение студентами основ теории и практики рекламной деятельности,
- ознакомления с кратким содержанием основных концепций и наиболее важных экспериментальных данных в области психологии рекламы.

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ» В СТРУКТУРЕ ОСНОВНОЙ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Курс «Психология рекламы» разработан с учетом требований ФГОС ВО к содержанию и уровню подготовки выпускника по направлению подготовки 37.03.01 Психология.

Данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору профессионального цикла учебного плана и изучается студентами очной формы обучения на четвертом курсе в седьмом семестре, студентами заочной формы обучения – на четвертом курсе в восьмом семестре и на пятом курсе в девятом семестре. Изучение данной дисциплины заканчивается зачетом.

Содержание курса направлено на изучение студентами базовых категорий, основных понятий, направлений, проблем общей психологии и возможности их практического решения. Курс «Психология рекламы» носит практический характер и направлен на освоение и развитие навыков самостоятельной работы с научной литературой, анализа основных направлений развития рекламы, теоретических и методологических позиций, использование полученных знаний на практике.

Изучение дисциплины носит ярко выраженную практическую направленность и во многом дополняет психологии управления и социальной психологии.

Освоение учебной дисциплины обеспечивает формирование и развитие способности будущего специалиста самостоятельно и обоснованно конструировать, а также эффективно применять наиболее адекватные для конкретной ситуации психологические средства для проведения исследования личности, деятельности и группы в целях анализа их деятельности.

Курс психология рекламы включает взаимосвязанные между собой три раздела, последовательно раскрывающие методологические, организационно-методические и прикладные основы учебной дисциплины: I. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы. II. Реклама как средство психологического воздействия. III. Психология рекламы как элемент культуры.

Изучением данной дисциплины заканчивается освоение вариативной образовательной программы и позволит создать необходимую методологическую основу для изучения последующих профессиональных дисциплин учебного плана – основы бизнес-консультирования, а также позволит применить приобретенные знания, навыки и умения при прохождении всех видов практик.

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Общекультурные компетенции:**

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизни (ОК-3);
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способность к самореализации и самообразования (ОК-7).

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1).

#### **Профессиональные компетенции:**

- способность к выявлению специфики психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-4);
- способность к постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности (ПК-6);
- способность к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-7).
- способность к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии (ПК-8).

### **4. Требования к результатам образования, формируемым дисциплиной**

В результате освоения дисциплины «Психология рекламы» обучающийся должен:

**знать:**

- основные направления развития рекламы;
  - механизмы воздействия рекламы на человека;
  - закономерности и механизмы основных явлений рекламной деятельности;
  - теоретические и методологические позиции, использование полученных знаний на практике;
    - основные источники и возможности появления ошибок и искажений, присущих методам исследований воздействия на человека, деятельности, группы, организации, системы управления, пути и способы их недопущения;
    - основные категории, понятия, законы, направления развития философии, экономики, социологии, основы культурологии, способствующие общему развитию личности, обеспечивающие формирование мировоззрения и понимание современных концепций картины мира;
      - основные закономерности и этапы исторического развития общества, роль России в истории человечества и на современном этапе; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления психолога;
      - правовые, экологические и этические аспекты профессиональной деятельности;
      - основные направления развития системы образования, содержание педагогической деятельности, опыт подготовки психологов в стране и за рубежом;

**уметь:**

- анализировать рекламную деятельность;
- составлять различные рекламные образцы ,
- применять стандартные исследовательские методики;
- использовать индивидуально-типологические особенности как базу восприятия рекламы;
- учитывать влияние факторов, влияющих на вариативность эмпирических данных и их интерпретации;

**владеть:**

- знаниями об основных направлениях психологии рекламы,
- основных проблемах развития и саморазвития профессиональной рекламной деятельности,
- о перспективах развития психологии рекламы.
- навыками оптимального выбора и разработки психологических измерительных процедур;
  - оценкой степени применимости конкретных методик, выбора наиболее адекватных методик анализа и разрешения психологических проблем;
  - разработкой психологически обоснованных рекомендаций персоналу и руководителям групп и организаций;

## **5. Содержание дисциплины**

### **РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИИ РЕКЛАМЫ**

Тема 1. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы

Тема 2. Психология саморекламы

### **РАЗДЕЛ II. РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

Тема 3. Реклама как средство психологического воздействия

Тема 4. Психические процессы в рекламе

Тема 5. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации

### **РАЗДЕЛ III. ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ КАК ЭЛЕМЕНТ КУЛЬТУРЫ**

Тема 6. Психология рекламы как элемент культуры