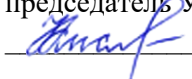


УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР и КО,  
председатель УМС СГСПУ  
 Н.Н. Кислова

## Психология рекламы

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Психологии и социальной педагогики</b>
Учебный план	ФПСО-м23ПСв(2г5м) Направление: 37.04.01 Психология Направленность (профиль): "Социальная психология"
Квалификация	<b>магистр</b>
Форма обучения	<b>очно-заочная</b>
Общая трудоемкость	<b>2 ЗЕТ</b>

Часов по учебному плану	72	Виды контроля в семестрах: зачеты 4
в том числе:		
аудиторные занятия	26	
самостоятельная работа	46	

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	4(2.2)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Семинарские занятия	16	16	16	16
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	26	26	26	26
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	46	46	46	46
Часы на контроль	0	0	0	0
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

Семенова Татьяна Вениаминовна

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

**Психология рекламы**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 37.04.01 Психология (приказ Минобрнауки России от 29.07.2020 г. № 841)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 37.04.01 Психология

Направленность (профиль): "Социальная психология"

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 28.10.2022 протокол № 4

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Психологии и социальной педагогики**

Протокол от 27.09.2022 г. №2

Зав. кафедрой С.А. Севенюк

Начальник УОП



Н.А. Доманина

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины:  
знакомство обучающихся с современными подходами к изучению социально-психологических феноменов в рекламе, проблем безопасности рекламного воздействия и связанных с ними задачами по оказанию профессиональной помощи.

Задачи изучения дисциплины:

В области научно-исследовательской деятельности:

Углубление теоретической компетентности студентов в понимании и объяснении социально-психологических феноменов в рекламе и массовых коммуникациях.

В области практической деятельности в сфере социального обслуживания:

Психологическое сопровождение информационной среды существования человека, в частности, обучение людей тому, как обеспечивать собственную информационно-психологическую безопасность при восприятии рекламы; психологическое консультирование процесса создания рекламы

Область профессиональной деятельности:

01 Образование и наука;

03 Социальное обслуживание

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.04

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Социальная клиническая психология

#### 2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Социальная психология лжи

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ПК-1** Способность осуществлять постановку психологических проблем, целей и задач научного исследования, на основе анализа достижений современной психологической науки и практики, обосновывать гипотезы, разрабатывать программу и методическое обеспечение исследования

**ПК-1.1** Способность осуществлять постановку психологических проблем, целей и задач научного исследования:

- знает особенности постановки психологических проблем, целей и задач научного исследования;
- умеет формулировать психологическую проблему, цели и задачи научного исследования

Знает: теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы;

**ПК-1.2** Владеет информацией об основных достижениях современной психологии в контексте той или иной научной проблемы:

- знает основные достижения современной психологии в контексте той или иной научной проблемы

Владеет: информацией об основных психотехнологиях при создании рекламы; о теоретических моделях социального воздействия

**ПК-1.3** Умеет обосновывать гипотезы, разрабатывать программу и методическое обеспечение научного психологического исследования

Умеет: анализировать разные типы рекламы, оценивать эффективность рекламы

### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	<b>Раздел 1. Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы.</b>			
1.1	Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы. / Лек/	4	6	0
1.2	Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы. /Сем зан/	4	4	0
1.3	Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы. /Ср/	4	20	0
	<b>Раздел 2. Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы.</b>			
2.1	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы./Лек/	4	4	0
2.2	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы./Сем зан/	4	12	6
2.3	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы./Ср/	4	26	0

### 5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

#### 5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

**4 семестр, 5 лекций, 8 семинарских занятий**

**Раздел 1. Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы**

Лекции №1-3 (6 часов)

Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы

Вопросы и задания

1. Понятие рекламы. Введение в психологию рекламы. Общетеоретические проблемы психологии рекламы.
2. Основные этапы становления рекламы и их психологическая суть. Цели и функции рекламы.
3. Приемы эмоционального воздействия.
4. Виды рекламы.

Семинарские занятия №1-2 (4 часа)

Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы

Вопросы и задания

1. Основы психотехнологий, используемых для разработки рекламы
2. Психология потребителя и покупателя. Прикладные вопросы психотехнологии рекламных средств
3. Общие рекомендации по составлению рекламных текстов. Композиция рекламного объявления. Художественное творчество в рекламе.
4. Когнитивный, эмоциональный, поведенческий аспекты рекламного воздействия.

**Раздел 2. Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы**

Лекции №4-5 (4 часа)

Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы

Вопросы и задания

1. Оценка эффективности рекламного продукта
2. Психологические закономерности восприятия рекламных текстов. Коммерческий слоган. История лозунга.
3. Психология влияния в рекламе.
4. Психология мотивации в рекламе. Установки и стереотипы в рекламной практике.

Семинарские занятия №3-8 (12 часов)

Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы

Вопросы и задания

1. Реклама как массовая коммуникация. Психотехнология средств без обратной связи (реклама в газете, реклама в журнале, реклама по радио, реклама по телевидению).
2. Место рекламы в маркетинге.
3. Наружная реклама. Транзитная реклама.
4. Психолингвистика рекламного текста, построение текстов рекламных сообщений.
5. Использование манипулятивных приемов в рекламе.
6. Суггестивные психотехнологии в рекламе.
7. Психоаналитически ориентированные подходы.
8. Гипнотический подход. Техники эриксоновского гипноза в рекламе.
9. Нейролингвистическое программирование в рекламе.

**5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

**Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине**

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1	Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы	План-конспект лекции по теме	Конспект лекции
2	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы	Выполнение творческого задания	Отчет по творческому заданию
Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор студента			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1	Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы	Поиск информации по предложенным темам в ИНТЕРНЕТ	Аннотированный каталог
2	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы	Реферат Электронная презентация в рамках выбранной темы	Реферат Презентация

**5.3. Образовательные технологии**

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

#### 5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гуревич, П.С.	Психология рекламы: учебник. URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685000">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685000</a>	Москва: Юнити-Дана, 2017

##### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Мандель, Б. Р.	Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура): учебное пособие URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=270327">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=270327</a>	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019

#### 6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Teams, OneDrive, Yammer, Stream, SharePoint Online).
- Microsoft Windows 10 Education
- XnView
- Архиватор 7-Zip

#### 6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

### 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

- |     |  |
|-----|--|
| 7.1 | Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарских занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, Учебная аудитория. Оснащенность: Меловая доска-1шт., Комплект учебной мебели, ноутбук, проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран). |
| 7.2 | Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ  |

### 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю. Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах. Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Психология рекламы»

Курс 2 Семестр 4

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
<b>Наименование раздела «Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы»</b>			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	-	10
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	18	20
Контрольное мероприятие по разделу			
Промежуточный контроль		28	50
<b>Наименование раздела «Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы»</b>			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	-	10
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	18	20
Контрольное мероприятие по разделу			
Промежуточный контроль			
Промежуточная аттестация			
Итого:		<b>56</b>	<b>100</b>

Виды контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
<b>Текущий контроль по разделу «Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы»</b>		
1	Аудиторная работа Выступление с сообщением на семинарском занятии: 2 балла – сообщение соответствует вопросу обсуждения, может быть представлено репликой либо развернутым суждением, содержащим ответ (даже неверный) на вопрос, участие содержательное, но неактивное. 3 балла – сообщение соответствует вопросу обсуждения, продемонстрировано свободное владение материалом, ход рассуждений очевиден, т.к. аргумент Актуальные теоретические и практико-ориентированные проблемы психологии ментальности ирован, участие содержательное и активное.	Тема: Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы  Образовательные результаты: Знает: теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы Владеет: информацией об основных психотехнологиях при создании рекламы; о теоретических моделях социального воздействия Умеет: анализировать разные типы рекламы, оценивать эффективность рекламы
2	Самостоятельная работа (обязательные формы) План-конспект лекции по теме ( баллы начисляются за каждую тему): 1 балл – текст объемом в 1 тетрадную страницу, изложены основные моменты темы; 2 балла – текст объемом 2 тетрадные страницы, выделены ключевые моменты, очевидна логика материала.	
3	Самостоятельная работа (на выбор) Поиск информации по предложенным темам в ИНТЕРНЕТ. 4 балла – выявлена и представлена интересная информация по обсуждаемой теме, адекватно выражена вербально; 6 баллов – новая информация по обсуждаемой теме проанализирована, критически сопоставлена с лекционным материалом.	
Контрольное мероприятие по разделу		

Промежуточный контроль (количество баллов)			
<b>Текущий контроль по разделу «Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы»</b>			
1	Аудиторная работа	Участие в дискуссии: 2 балла – сообщение соответствует вопросу обсуждения, может быть представлено репликой либо развернутым суждением, содержащим ответ (даже неверный) на вопрос, участие содержательное, но неактивное. 3 балла – сообщение соответствует вопросу обсуждения, продемонстрировано свободное владение материалом, ход рассуждений очевиден, т.к. аргументирован, участие содержательное и активное.	Тема: Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы  Образовательные результаты: Знает: теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы Владеет: информацией об основных психотехнологиях при создании рекламы; о теоретических моделях социального воздействия Умеет: анализировать разные типы рекламы, оценивать эффективность рекламы
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Выполнение творческого задания : Типы рекламы. Оцените в сопоставимых категориях два-три типа рекламы. (Например:коммерческая, социальная, политическая). Найдите 10 отличий и общие закономерности.Приведите примеры. 4 балла – студент поверхностно выполнил задание, не проявив навыков творческого мышления; формально ответил на вопросы, не использовал термины дисциплины. 6 баллов - продемонстрировано понимание собственной позиции, способность к рефлексии и анализу; приводятся примеры из личного опыта, текст включает научные термины изучаемой дисциплины. Приводит примеры по каждому типу рекламы. 8 баллов – студент не только продемонстрировал понимание собственной позиции, способность к рефлексии и анализу; проявляет интерес к научной работе, ведет полемику, отвечает на вопросы по теме, задает вопросы сам.	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Реферат: 4 балла – реферат объемом до 5 страниц, грамотно оформлен, представлен обзор литературы по проблеме. 8 баллов - реферат объемом до 10 страниц, грамотно оформлен, представлен анализ идей по проблеме, каждая цитата объяснена и прокомментирована.Устный комментарий. Электронная презентация в рамках выбранной темы 4 балла - презентация раскрывает основное содержание проблемы, иллюстрирована, имеет достаточный объем, но работа концептуально не целостна; 6 баллов – презентация раскрывает основное содержание проблемы, иллюстрирована, имеет достаточный объем, студент вовлечен в тему и презентация вызывает интерес группы.	
Контрольное мероприятие по разделу			
Промежуточный контроль (количество баллов)			
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	

