Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 15.10.2024 15:59:59
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра психологии и социальной педагогики

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

Психология рекламы

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии и социальной педагогики**

Учебный план ФПСО-м24ПСв(2г5м)
Направление: 37.04.01 Психология
Направленность (профиль): "Социальная психология"

Квалификация **магистр**

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 28
самостоятельная работа 44

Виды контроля в семестрах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**4(2.2)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12
Семинарские занятия	16	16	16	16
В том числе инт.	6	6	6	6
Итого ауд.	28	28	28	28
Контактная работа	28	28	28	28
Сам. работа	44	44	44	44
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 26.04.2024 протокол № 10

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Психологии и социальной педагогики

Протокол от 25.06.2024 г. № 11
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:

Психология управления

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.
	Раздел 1. Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы.			
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
	Раздел 2. Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы.			
2.1	Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы./Лек/	4	6	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	24	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

4 семестр, 6 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 №4-6 (6 часов)

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: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685000	Москва: Юнити-Дана, 2017

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Мандель, Б. Р.	Психология рекламы: история, проблематика: учебное пособие URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364058	Москва: ФЛИНТА, 2013

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 удается 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.

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Психология рекламы»

Курс 2 Семестр 4

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Наименование раздела «Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы»			
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
Наименование раздела «Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы»			
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:		**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Теоретические основы методологических разработок в сфере рекламы »			
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)			
Текущий контроль по разделу «Актуальные практико-ориентированные и прикладные проблемы психологии рекламы »			
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	