



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
НЕКВАЛИФИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

ИНФОРМАЦИЯ О СЕРТИФИКАТЕ

S/N: 23D1633212

Владелец: Кулешин Максим Георгиевич

Должность: И.о. ректора

E-mail: kuleshin.mg@sspi.ru

Организация: ГБОУ ВО СГПИ

Дата подписания: 19.05.2023

Действителен: с 04.05.2023 до 04.05.2026

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология рекламы

(наименование учебной дисциплины)

Блок: главный (ФТД)

1. Цель и задачи дисциплины
Цель: Цель освоения дисциплины «Психология рекламы» состоит в ознакомлении студентов с основами рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, с психологическими и социально-экономическими аспектами рекламы. Задачи дисциплины: 1. Изучение истории рекламы, её связи с развитием культуры и экономики общества. 2. Систематизация теоретических знаний, необходимых для создания рекламного материала и его оценки. 3. Анализ особенностей рекламного образа и способов его воздействия. 4. Ознакомление с основными технологиями создания рекламного материала. 5. Освоение методов социально-психологических исследований в области рекламы: выяснение мотивации потребителей, причин популярности товара, измерение рейтингов. 6. Знакомство с организацией рекламной компании и деятельностью рекламного агентства.
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО
Дисциплина "Психология рекламы" входит в , код: ФТД.
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины
Изучение дисциплины "Психология рекламы" направлено на формирование у обучающихся индикаторов установленных компетенций:
ОПК-8 Способен проектировать педагогическую деятельность на основе специальных научных знаний и результатов исследований
ПК-2 Способен содействовать, повышению психологической защищенности и профилактике психологического неблагополучия обучающихся
ПК-3 Готов консультировать субъектов образовательной среды и других видов социальной практики по психологическим проблемам
ПК-6 Готов использовать инновационные обучающие и развивающие технологии с учетом задач каждого возрастного этапа, применять активные методы обучения в психолого-педагогической деятельности
4. Структура дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины.
2 зачетные (-ых) единиц (-ы) (72 ч.), включая промежуточную аттестацию.
Формы контроля.
Зачет
Содержание дисциплины.
Введение. Реклама как социокультурный процесс в современном обществе.

Основные виды рекламы и её носители. Функции рекламы.
Психология рекламы. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия.
Рекламные технологии. Использование цвета, запаха, формы и музыки в рекламе.
Манипуляции в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы.
Организация рекламной деятельности. Планирование рекламной компании.
Оценка эффективности рекламной деятельности.