

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология рекламы

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

37.03.01 Психология

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Психология

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Психология рекламы» является развитие у студентов представлений об основных подходах к изучению рекламы с точки зрения психологии, механизмах воздействия рекламных сообщений на человека, оценке степени их эффективности, общем влиянии рекламной деятельности на культуру. При опоре на базовую фундаментальную подготовку студентов, имеющих определенный запас общепсихологических знаний, обеспечить ориентировку студентов в области процессов восприятия, переработки рекламной информации и формирования покупательского поведения под влиянием рекламной кампании, что позволит определить их собственную профессиональную позицию в научной и практической работе по разработке эффективных рекламных акций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Психология рекламы» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр | Компетенция | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины) |
|-------|---|---|
| ОПК-6 | Способность оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам | ОПК - 6.2. Оценивает потребности и запросы целевой аудитории в психологических знаниях и услугах; |
| ПК-1 | Способность к отбору и применению психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов | ПК-1.1. Разрабатывает дизайн психологического исследования с целью сбора первичных данных |
| ПК-4 | Способность анализировать социально значимые проблемы и процессы, выявлять сущность проблем, возникающие в ходе профессиональной деятельности. | ПК- 4.1. Разрабатывает и осуществляет мероприятия, направленные на реализацию стратегии по решению социально значимых проблем и процессов |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Психология рекламы» относится к вариативной части блока 1 учебного плана (Б.1.В.3).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Психология рекламы».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|---|---|---|
| ОПК-6 | Способность оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам | Введение в профессию Социальная психология Педагогическая психология Психология общения Методика преподавания психологии в средних учебных заведениях Психология конфликта Политическая психология | Психологическая служба на предприятии Психология здоровья и психосоматики |
| ПК-1 | Способность к отбору и применению психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов | Введение в профессию Зоопсихология и сравнительная психология Психофизиология с практикумом Практикум по психодиагностике Психология девиантного поведения Основы нейро- и патопсихологии Методика преподавания психологии в средних учебных заведениях | Психологическая служба на предприятии Междисциплинарная курсовая работа Практические технологии самопрезентации Организация научного исследования |
| ПК-4 | Способность анализировать социально значимые проблемы и процессы, выявлять сущность проблем, возникающие в ходе профессиональной деятельности. | Введение в профессию Социальная психология Основы клинической психологии Психология развития и возрастная психология Дифференциальная психология Психология управления персоналом Антропология Основы психологической коррекции Основы консультативной психологии | Психологическая служба на предприятии Практическая деятельность психолога Personality and Sociale Behaviour / Личность и социальное поведение Экология детства Технологии и методы развития лидерского потенциала |

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--------------------------|---|--|
| | | Психология девиантного поведения Политическая психология | |

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Психология рекламы» составляет 3 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр(-ы) | | | |
|---|-----------------|-------------|---|------------|---|
| | | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Контактная работа, ак.ч. | 34 | | | 34 | |
| в том числе: | | | | | |
| Лекции (ЛК) | 17 | | | 17 | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | 17 | | | 17 | |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 64 | | | 64 | |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 10 | | | 10 | |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | | 108 | |
| | зач.ед. | 3 | | 3 | |

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр(-ы) | | | |
|---|-----------------|-------------|------------|--|--|
| | | 7 | | | |
| Контактная работа, ак.ч. | 15 | 15 | | | |
| в том числе: | | | | | |
| Лекции (ЛК) | 15 | 15 | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 84 | 84 | | | |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 9 | 9 | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | 108 | | |
| | зач.ед. | 3 | 3 | | |

* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр(-ы) | | | |
|--------------------------|-----------------|-------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Контактная работа, ак.ч. | | | | | |
| в том числе: | | | | | |

| Вид учебной работы | ВСЕГО, ак.ч. | Семестр(-ы) | | | |
|---|-----------------|-------------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Лекции (ЛК) | | | | | |
| Лабораторные работы (ЛР) | | | | | |
| Практические/семинарские занятия (СЗ) | | | | | |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | | | | | |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | | | | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | | | | |
| | зач.ед. | | | | |

* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | Вид учебной работы* |
|---|--|---------------------|
| Раздел 1. Теоретико-методологические основы психологии рекламы. | Тема 1.1. Психология рекламы как отрасль научного знания: объект, предмет, методы, место в системе наук. | ЛК |
| | Тема 1.2. История развития рекламы в России и за рубежом. | СЗ |
| Раздел 2. Реклама как средство психологического воздействия. | Тема 2.1. Реклама как средство психологического воздействия | ЛК |
| | Тема 2.2. Психические процессы в рекламе: ощущение, восприятие. | СЗ |
| | Тема 2.3. Психические процессы в рекламе: внимание, память. | СЗ |
| | Тема 2.4. Психические процессы в рекламе: мышление, речь, воображение. | ЛК |
| Раздел 3. Основы рекламной коммуникации | Тема 3.1. Основы рекламной коммуникации. | ЛК |
| | Тема 3.2. Психология рекламы в маркетинге. | ЛК |
| | Тема 3.3. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации. Окончание 1ого модуля по курсу | СЗ |
| Раздел 4 Особенности функционирования разных видов рекламы. | Тема 4.1. Формальные и содержательные аспекты создания рекламы. | ЛК |
| | Тема 4.2. Особенности создания телевизионной и печатной рекламы. | СЗ |
| | Тема 4.3. Особенности создания интернет- и радио- рекламы. | ЛК |
| | Тема 4.4. Особенности создания наружной рекламы | СЗ |
| | Тема 4.5. Психологический аспект создания социальной рекламы. | ЛК |
| | Тема 4.6. Психология саморекламы. | СЗ |
| | Тема 4.7. Кросс- культурный аспект рекламной деятельности. | СЗ |

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы) | Вид учебной работы* |
|---------------------------------|---|---------------------|
| | Тема 4.8. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения культуры и общества. | ЛК |
| | Тема 4.9. Итоговая аттестация. | СЗ |

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|--|---|--|
| Лекционная | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | |
| Семинарская | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Комплект специализированной мебели; технические средства, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams) |
| Компьютерный класс | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | Комплект специализированной мебели; технические средства, имеется выход в интернет. Программное обеспечение: продукты Microsoft (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/ Office 365, Teams) |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС. | |

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы [Текст] / А.Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 384 с. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-469-01094-4 : 179.96. Шифр библиотеки 88 - Л33.

2. Мандель Б.Р. Психология рекламы : иллюстрированное учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 381 с. : ил. - Библиогр.: с. 368-370. - ISBN 978-5-4475-3779-1; То же [Электронный ресурс].

3. URL: <http://biblioclub.ru/> Мокшанцев Р.И. Психология рекламы [Текст] : Учебное пособие / Р.И. Мокшанцев. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 232 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004777-5 : 484.90. Шифр библиотеки 88 - М 74.

Дополнительная литература:

1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [Текст] : Учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - М. : ИНФРА-М, 2016. - 324 с. - (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-011795-9 : 720.00. Шифр библиотеки 88-А72

2. Гуревич П.С. Психология рекламы : учебник / П.С. Гуревич. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - (Учебники профессора П.С. Гуревича). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00936-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118129>

3. Мандель Б.Р. Психология рекламы: история, проблематика : учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва : Издательство «Флинта», 2013. - 272 с. : ил.

4. Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1633-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364058>
[index.php?page=book&id=27032](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=27032)

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля*:

1. Курс лекций по дисциплине «Психология рекламы».
4. Учебно-методические материалы (презентации, видео-ссылки) по разделам/темам дисциплины «Психология рекламы».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Психология рекламы» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Доцент, кафедра психологии
и педагогики**

Пилишвили Т.С

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:
Заведующий кафедрой
психологии и педагогики**

Башкин Е.Б.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:
Заведующий кафедрой
психологии и педагогики**

Башкин Е.Б.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.