

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.05.2025 16:31:34
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Филологический факультет**

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН 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)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Психология рекламы» входит в программу бакалавриата «Психология» по направлению 37.03.01 «Психология» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра психологии и педагогики. Дисциплина состоит из 4 разделов и 17 тем и направлена на изучение психологических механизмов восприятия рекламных сообщений, факторов эффективности рекламного воздействия на потребителя, когнитивных и эмоциональных процессов при взаимодействии с рекламой, методов оценки рекламных кампаний с точки зрения психологии, этических аспектов психологического воздействия в рекламе

Целью освоения дисциплины 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	Способен 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-4	Способен 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 обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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	Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам.	Методика преподавания психологии в средних учебных заведениях; Педагогическая психология; Социальная психология;	
ПК-4	Способен анализировать социально значимые проблемы и процессы, выявлять сущность проблем, возникающие в ходе профессиональной деятельности	Производственная практика в профильных организациях (уровень 1); Производственная практика в профильных организациях (уровень 2); Педагогическая практика; <i>Психотехнологии формирования экологического сознания**</i> ; <i>Теория и практика личностных ресурсов**</i> ; Психология управления персоналом; Психологическое консультирование; Дифференциальная психология; Социальная психология; Антропология; <i>Практическая деятельность психолога**</i> ; <i>Политическая психология**</i> ; <i>Экономическая психология**</i> ; <i>Юридическая психология**</i> ; <i>Психология экстремальных ситуаций**</i> ; <i>Психологическая диагностика и коррекция свойств личности**</i> ; Основы психологической коррекции; Основы клинической психологии; Психология развития и возрастная психология;	

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Психология рекламы» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			8
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	24		24
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	6		6
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

Общая трудоемкость дисциплины «Психология рекламы» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			9
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	32		32
Лекции (ЛК)	16		16
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	16		16
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	40		40
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/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	

	комплект 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 комплект специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	729
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплект специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	729

* - 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;

3. 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.

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 «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/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Психология рекламы».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Кандидат психологических
наук, доцент

Должность, БУП

Подпись

Пиливили Татьяна
Сергеевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Башкин Евгений
Брониславович [М]
Заведующий кафедр

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Башкин Евгений
Брониславович

Фамилия И.О.