

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.В.ДВ.02.02 Психология рекламы

Цель и задачи дисциплины

Целями освоения дисциплины «Психология рекламы» является освоение основных психологических закономерностей функционирования рекламы, овладение методами психологического сопровождения рекламы, формирование аксиологического (ценностного) отношения к рекламе как виду социальной коммуникации.

Основные задачи дисциплины:

- усвоение студентами знаний о сущности, видах рекламы, о психологических закономерностях и приемах, используемых в рекламе;
- усвоение студентами знаний о задачах и методах психологического сопровождения рекламы;
- формирование у студентов умений анализировать конкретные рекламные продукты с точки зрения их соответствия психологическим закономерностям;
- формирование у студентов умений квалифицированно использовать современные психологические методы изучения и обеспечения психологической эффективности рекламы;
- развитие у студентов ценностного отношения и социально ответственной позиции в отношении рекламных продуктов.

Коды компетенции	Содержание компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать особенности применения психотерапевтической технологии на практике. Уметь применять системный подход для решения поставленных задач. Владеть навыками поиска и критического анализа и синтеза информации для решения поставленных задач.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать особенности взаимодействия со смежными специалистами. Уметь осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде. Владеть навыками социального взаимодействия.
ПКС-6	Способен к участию в коллективной работе по проектированию и реализации программ развития и воспитания обучающихся	Знать основы проектирования и реализации программ развития и воспитания обучающихся. Уметь проектировать и реализовывать программы развития и воспитания обучающихся. Владеть навыками проектирования.

Содержание разделов дисциплины

Лекционные занятия

Тема 1. Введение в психологию рекламы. Реклама: понятие, функции, цели и виды.

История развития рекламы

Реклама: понятие, цели, функции. Виды рекламы. История развития рекламы. Зарождение рекламы. Реклама в государствах Древнего мира. Реклама в Средние века. Реклама в Новое и Новейшее время. Развитие рекламы в России. Федеральный закон о рекламе. Психотехнология рекламной стратегии.

Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов:

когнитивный, эмоциональный, поведенческий компоненты

Когнитивные аспекты рекламного воздействия. Эмоциональный аспект рекламного воздействия. Поведенческий компонент рекламного воздействия. Зрительные, слуховые, вкусовые, двигательные, обонятельные, осязательные ощущения. Закон Фехнера.

Тема 3. Психология мотивации в рекламе

1. Установки и стереотипы в рекламной практике.
2. Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела.
3. Анализ мотивов и его использование в рекламе.
4. Доминанта.
5. Уловки в рекламе.

Тема 4. Реклама в Интернете

1. Домашние странички.
2. Корпоративные сайты.
3. Интернет-магазины. Порталы.
4. Цели создания Web-сайта
5. Доходы от продаж. Доходы от рекламы.

Семинарские и практические занятия

Лекционные занятия

Тема 1. Введение в психологию рекламы. Реклама: понятие, функции, цели и виды.

История развития рекламы

Развитие рекламы в России. Федеральный закон о рекламе. Психотехнология рекламной стратегии.

Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов:

когнитивный, эмоциональный, поведенческий компоненты

1. Реклама, основанная на внушении.
2. Реклама, основанная на ассоциациях.
3. Реклама, основанная на мотивационном анализе.
4. Реклама, построенная на социально-психологическом подходе.
5. Реклама, основанная на имидж-стратегии.

Тема 3. Психология мотивации в рекламе

1. Установки и стереотипы в рекламной практике.
2. Структура потребностей и мотивы с позиций рекламного дела.
3. Анализ мотивов и его использование в рекламе.
4. Доминанта.
5. Уловки в рекламе.

Тема 4. Реклама в Интернете

1. Доходы от ссылок на другие компании.
2. Принципы создания Web-сайта.
3. Ссылки.
4. Листы стилей.
5. Фреймы.
6. Печать сайтов.