

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической работе

Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.06 «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

(базовая подготовка)

Форма обучения

Очная

Пермь 2020

Рабочая программа учебной дисциплины «Психология рекламной деятельности» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510.

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Пискунова В.В. ст. преподаватель.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общеобразовательных, гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 3 от «17» января 2020 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.06 Психология рекламной деятельности является вариативной частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа составлена для очной формы обучения.

1.2 Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена:

Учебная дисциплина Психология рекламной деятельности входит в профессиональный цикл и является вариативной общепрофессиональной дисциплиной.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- основы воздействия рекламы на поведение потребителя;
- особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы;
- знать механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.

В результате освоения данной дисциплины у выпускника формируются компетенции:

Общие компетенции (ОК):

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	162
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	108
в том числе:	
лекционные занятия	54
практические занятия	54
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	48
Консультации	6
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Раздел 1 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина			
Тема 1.1 Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы	Содержание учебного материала	2	ОК 5 ПК 1.1
	Психологическая основа рекламы. Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры. Системный подход и психология рекламной деятельности. Методологические подходы в психологии рекламы.		
	Практические занятия – не предусмотрены		
	Самостоятельная работа обучающихся Конспектирование и реферирование информационного материала из учебной и справочной литературы.	3	
Тема 1.2 Реклама как вид маркетинговой коммуникации	Содержание учебного материала	2	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2.
	Роль коммуникации в повышении эффективности рекламы. Психологические основы рекламных коммуникаций. Человек как субъект рекламных коммуникаций.		
	Практические занятия – не предусмотрены		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.3 Когнитивные психические процессы в рекламе	Содержание учебного материала: Проблема исследования психических процессов человека в рекламе. Ощущения. Восприятие. Внимание. Память.	6	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия:	6	
	ПЗ 1. Психодиагностика познавательных психических процессов		
Тема 1.4 Психология восприятия рекламы	Содержание учебного материала: Психология восприятия цвета. Настроение и юмор в рекламе. Музыка в рекламе. Использование запахов в рекламе. Сексуальные обертоны в рекламе.	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 2. Анализ рекламных роликов (рекламы) на продвижение товара (услуг) с учетом особенностей восприятия.	8	
	Текущий контроль по темам Раздела 1 – устный опрос, защита проекта, тест		
		Самостоятельная работа обучающихся	
Раздел 2 Психологическое воздействие рекламы на потребителя и его механизмы			
Тема 2.1 Суггестивные технологии психологического воздействия рекламы на потребителя	Содержание учебного материала	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Психологическое воздействия в рекламе и проблема выбора. Концепция рекламы как средства психологических воздействий. Методы суггестивных технологий психологического воздействия рекламы на потребителя.		
	Практические занятия: ПЗ 3. Суггестия в рекламной практике	4	
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 2.2 Психология потребностей и мотивации в рекламе	Содержание учебного материала: Установки и стереотипы в рекламной практике. Структура потребностей с позиции рекламного дела. Классификация потребительских мотивов. Анализ мотивов и его использование в рекламе. Имиджи и бренды как предмет социальных потребностей.	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 4. Выявление установок и стереотипов в рекламной практике	4	

Тема 2.3 Определение покупательского поведения как инструмент рекламы	Содержание учебного материала: Определение покупательского поведения. Социально-психологические механизмы влияния на покупательское поведение. Психологические типы потребителей рекламы. Психологическая составляющая поведения потребителей. Психологические механизмы рекламиста на поведение потребителя.	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 5. Гендерные и возрастные особенности покупательского поведения	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 2.4 Типология личности и ее значимость для рекламной деятельности	Содержание учебного материала: Социально-психологическая типология личности	6	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 6. Социально-психологическая типология личности	6	
	Текущий контроль по темам Раздела 2 – устный опрос, тест		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Раздел 3. Психотехнологии рекламной деятельности			
Тема 3.1 Эмоционально- рациональный баланс рекламного обращения	Содержание учебного материала: Эволюция содержания рекламного обращения. Мотивы рекламных обращений. Рациональный и эмоциональный способы реагирования на рекламное обращение. Подготовка рекламного обращения. Требования к психологическим особенностям рекламного обращения.	2	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия –		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 3.2 Психотехнологии рекламных средств без обратной связи	Содержание учебного материала: Выбор рекламных средств. Реклама в газете. Реклама в журнале. Реклама на радио. Реклама на телевидении. Наружная реклама. Транзитная реклама.	2	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия –		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 3.3 Психотехнологии рекламного текста без обратной связи	Содержание учебного материала: Алгоритм формулирования рекламного-коммерческой темы. Психографика рекламного текста. Психотехнология иллюстрации в рекламе. Психология слогана и заголовка рекламного текста. Психолингвистика рекламного текста. Обобщенные рекомендации по составлению рекламных текстов	2	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия –		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 3.4 Психотехнологии рекламных средств с обратной связью	Содержание учебного материала: Прямая почтовая рассылка. Представление товара (услуги) в прямом контакте. Реклама по телефону. Реклама непосредственно на месте продажи.	2	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 7. Психотехнологии рекламных средств Текущий контроль:	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Раздел 4. Психологическая эффективность рекламы			
Тема 4.1 Проблемы психологической эффективности рекламы	Содержание учебного материала: Актуальность проблемы психологической эффективности рекламы. Подходы к решению проблемы эффективности рекламы. Проблема психологической экспертизы и место исследовательских методов в ее проведении. Методики оценки психологической эффективности рекламы.	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия –		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	

Тема 4.2 Психология творчества в рекламе	Содержание учебного материала: Понятие творческой рекламы. Требования к творческой личности рекламиста. Методы активации поиска идей при создании рекламы. Методы повышения творческой активности.	4	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия:	8	
	ПЗ 8. Экспертиза психологической эффективности рекламы		
	Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 4.3 Личность рекламного агента в современных условиях	Содержание учебного материала: Требования к профессионализму рекламиста. Психологический портрет рекламиста. Личностные компоненты профессионального рекламиста.	6	ОК5, ПК1.1, ПК 3.2, ПК4.1
	Практические занятия: ПЗ 9. Профессиограмма специалиста по рекламе. Психодиагностика и психопрофилактика специалиста по рекламе.	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Консультации		6	
Промежуточная аттестация - Экзамен			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины Психология рекламной деятельности требует наличия учебного кабинета социально-экономических дисциплин.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя.

Учебно-наглядные пособия: Комплекс учебно-наглядных, дидактических и методических пособий, демонстрационный материал и документация, стенды плакаты, художественные альбомы.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: переносной проектор, аудиоколонки.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Основные источники:

1. Бородина, Н. В. Психология рекламы : учебное пособие / Н. В. Бородина, Е. В. Щетинина. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 106 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106582.html> (дата обращения: 10.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники:

1. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html> (дата обращения: 10.11.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
2. <http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologos> - энциклопедия практической психологии
3. <https://psychojournal.ru/> - научно-популярный психологический портал (информационный портал по психологии)
4. <https://vocabulary.ru/> - национальная энциклопедическая служба
5. <http://psychology.net.ru/talk/> - психологический форум сайта «Мир психологии».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</i>	<i>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</i>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении практических заданий и самостоятельных работ, устный опрос, тестирование, защита проектов, выполнение письменных заданий. Форма контроля – экзамен</p>
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • теории и направления развития рекламной деятельности; • основы воздействия рекламы на поведение потребителя; • особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы; • знать механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе. 	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав. кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		