

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.2.6 Психология рекламы и связей с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 3
Семестр 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	180 / 5	часов/зачетных единиц
Лекции	32	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	32	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	64	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	80	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	6	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

доцент с ученой степенью кандидата наук	ИиП	СОГЛАСОВАНО	С.Р. Петрухина
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра истории и психологии

		(наименование кафедры)	
01.02.2024	протокол №	6	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	А.Н. Павлова	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций	знания: Особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности. умения: Предвидеть результаты (последствия) личных действий. навыки: Способностью планировать последовательность шагов для достижения заданного результата.
	УК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия	знания: Методы социального взаимодействия. умения: Применять принципы социального взаимодействия. навыки: Практическими навыками социального взаимодействия.
2. УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы	знания: Принципы и методы управления временем. умения: Оптимально управлять своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. навыки: Навыками приобретения новых знаний и навыков; оптимального управления своим временем для саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.
	УК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе	знания: Виды ресурсов (личностных, ситуативных, временных и т.д.) и их пределы, необходимые для успешного выполнения порученной работы; принципы и методы саморазвития и самообразования. умения: Выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. навыки: Способностью реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

3. ПК-2 Способен строить свою профессиональ ную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственност и	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	знания: Основы становления и развития деловой коммуникации и культуры цивилизованных дискуссий, виды коммуникации, способы взаимодействия умения: Работать в малых группах методом мозгового штурма, осуществлять выбор стиля взаимодействия в зависимости от ситуации, корректировать процесс общения навыки: Основами ведения цивилизованной дискуссии при продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	знания: Организацию, подготовку к проведению рекламных и PR-акций на основе структуры цивилизованной дискуссии, основы корпоративной культуры, теоретические основы разработки правильных путей и средств в принятии необходимых решений, принципы открытости и корпоративной социальной ответственности умения: Критически анализировать точки зрения оппонентов, организовывать систему связей с общественностью в коллективе, применять правила делового этикета с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности навыки: Основами делового общения в рекламной и PR-деятельности с учетом принципов открытости и корпоративной социальной ответственности

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Социология (УК-3), Введение в профессиональную деятельность (УК-6), Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации (ПК-2), Введение в профессиональную деятельность (ПК-2), Опыт связей с общественностью в государственных учреждениях, в негосударственных и коммерческих организациях в Республике Марий Эл (ПК-2), Особенности и проблемы профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью в регионе (ПК-2)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (УК-6), Менеджмент в рекламе и связях с общественностью (ПК-2); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-3), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (УК-6), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-2)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: информационные, классическая лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Психология рекламы как отрасль психологического знания	48	ПК-2, УК-3, УК-6
Лекция. Введение в психологию и психологию рекламы	2	
Лекция. Реклама как предмет психологии	4	
Лекция. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации	4	
Практическое занятие. Психологическая эффективность рекламы	4	
Практическое занятие. Современные экспериментальные исследования в рекламе	4	
Практическое занятие. Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Подготовка к семинарским занятиям Подготовка выступлений и презентаций Написание докладов	26	
Рекламная деятельность как система коммуникаций	49	ПК-2, УК-3, УК-6
Лекция. Психические процессы в рекламе	4	
Лекция. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации	4	
Лекция. Основные психологические методы рекламы	4	
Практическое занятие. Структура рекламной деятельности как системы коммуникаций	4	
Практическое занятие. Психологические аспекты имидж-стратегии и брендинга	4	
Практическое занятие. Проблемы психологической экспертизы рекламы	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Подготовка к семинарским занятиям Подготовка выступлений и презентаций Написание докладов	27	
Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения культуры и общества	47	ПК-2, УК-3, УК-6
Лекция. Реклама как средство психологического воздействия	4	

Лекция. Психологическое манипулирование потребителем в условиях рекламной деятельности	4
Лекция. Психология потребителя рекламы	2
Практическое занятие. Психология потребительского	4
Практическое занятие. Психотехника рекламного дизайна	4
Практическое занятие. Психология цвета в рекламном дизайне	2
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение	27
Подготовка к семинарским занятиям	
Подготовка выступлений и презентаций	
Написание докладов	
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью», концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью».

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью», оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью», к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью».

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» является экзамен.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Мокшанцев, Рудольф Иванович. Психология рекламы [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальности "Менеджмент"] / Р. И. Мокшанцев ; Новосиб. гос. акад. экономики и упр/. М.Новосибирск: ИНФРА-МСиб. соглашение, 2006. - 228 с. ISBN 5-16-000135-25-8479-0014-7. Экземпляры: всего 10.	10
2.	Шуванов, В. И. Психология рекламы [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальности 350700 "Реклама"] / В. И. Шуванов. 2-е изд. М.Ростов-на-Дону: Рос. гос. торгово-экон. ун-тФеникс, 2005. - 314 с. ISBN 5-222-06708-4. Экземпляры: всего 19.	19
3.	Туризм, коммуникации, реклама в обществе потребления [Текст] : монография / [авт.: В. П. Шалаев и др.]; под общ. ред. В. П. Шалаева ; М-во образования и науки Рос. Федерации, ФГБОУ ВО "Поволж. гос. технол. ун-т". Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 371 с. ISBN 978-5-8158-1746-3. Экземпляры: всего 10.	10 / https://portal.volgatech.net/books/Shalaev_turism_monografia_2016.pdf
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
 - умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
 - умение применять теоретические знания при решении практических заданий.
- Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/ или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Билет № 0

1. Социальные функции рекламы.
2. Психологическая оценка цены потребителем.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

3. Понятие и виды рекламы.
4. Социальные функции рекламы.
5. Психологические задачи рекламы.
6. Вербально–суггестивная техника рекламного воздействия.
7. Ассоциативная методика рекламного воздействия.
8. Психоаналитический подход к рекламному воздействию.
9. Мотивационный анализ потребительского поведения в технике рекламного воздействия.
10. Социально – психологический подход в технике рекламного воздействия.
1. Психологические основы имидж-стратегии.
2. Психологические основы создания имиджа.
3. Психологические основы создания бренда.
4. Психологические основы композиции рекламного объявления.
5. Слоган, принципы создания и психологическое воздействие.
6. Психологическое значение форматирования и шрифта рекламного текста.
7. Изобразительный материал в рекламном тексте и его психологическое значение.
8. Гештальт–психология в технике рекламного воздействия.
9. Психологическое значение света и цвета в рекламном дизайне.
10. Психологическая интерпретация цвета в тесте Люшера и её использование в рекламе.
11. Потребности и мотивы потребления.
12. Психологический механизм покупки.
13. Ситуационная мотивация покупок.
14. Психологическая оценка цены потребителем.
15. Психология отношения потребителя к вещам.
16. Психология отношения потребителя к деньгам.
17. Задачи исследования психологической эффективности рекламы.
18. Методы исследования психологической эффективности рекламы.

19. Психологическая экспертиза рекламы.

20.