

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Н.В.Данченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки
Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

Очная

4 семестре

Разработано

Доцентом кафедры истории
и философии права Янукян М.Б.

Пятигорск 2024 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» является обучение в вопросах, касающихся психологических особенностей протекания массовой коммуникации. Изучаемая дисциплина рассматривает влияние различных факторов на процесс коммуникации: индивидуально-психологических особенностей реципиентов и коммуникатора, мотивов и потребностей, опыта и воображения, логики и эмоций, влияние группы, влияние психологических моделей убеждающего воздействия.

Основные задачи изучения дисциплины:

- знакомство с основами теоретического материала по психологии массовой коммуникации;
- овладение основными понятиями и терминологией;
- формирование умений и навыков анализа психологических процессов, протекающих при массовых коммуникациях.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» относится к дисциплине обязательной части учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Ее освоение происходит в 4 семестре.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИД-1 УК-6 устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности	Грамотно устанавливает личные и профессиональные цели в соответствии с уровнем своих ресурсов и приоритетов действий, для успешного развития в избранной сфере профессиональной деятельности
	ИД-2 УК-6 реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Грамотно реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития, с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда
	ИД-3 УК-6 критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности	Грамотно оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач в избранной сфере профессиональной деятельности

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1 ОПК-4 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Грамотно соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ИД-2 ОПК-4 использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Грамотно использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-20 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	ИД-1 ПК-20 Знает принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Успешно владеет принципами открытости и корпоративной социальной ответственности
	ИД-2 ПК-20 Рассматривает тексты рекламы и связей с общественностью, разрабатывает и реализует коммуникационный продукт опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Грамотно подходит к подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности
	ИД -3 ПК -20 Владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности	Грамотно владеет навыками использования принципов открытости и корпоративной социальной ответственности

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. Часах
Контактная работа:	28
Лекции/из них практическая подготовка	14
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	-
Практических занятий/из них практическая подготовка	14/4
Самостоятельная работа	80
Формы контроля	-
Зачет с оценкой	4 семестр

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Основы психологии рекламы Психология рекламы как отрасль психологии, основные понятия и определения. Предмет, объект, задачи и проблемы психологии рекламы. История развития психологии рекламы, основные подходы и направления.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	10
2	Тема 2. Психологическое воздействие рекламы Виды психологического воздействия. Реклама как форма манипуляции сознанием. Основные признаки манипулятивного воздействия рекламы. Приемы защиты от манипулятивного воздействия. Механизмы психологического воздействия.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	10
3	Тема 3. Когнитивные процессы в рекламе Воздействие рекламы на когнитивную сферу потребителя. Ощущения в условиях рекламных воздействий. Восприятие рекламного продукта. Использование памяти и внимания в рекламе. Использование закономерностей мышления и воображения в рекламе.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	10

4	Тема 4. Психология потребительского поведения. Психология целевой аудитории. Психологические теории управления поведением. Психология отношения потребителя к рекламе. Механизм и этапы принятия решений о покупке. Типы принятия решений и поведение потребителей. Мотивация потребительского поведения	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	10
5	Тема 5. Психологическая экспертиза рекламы. Психологическая экспертиза рекламы с точки зрения эффективности рекламного воздействия. Критерии эффективности рекламного воздействия. Соотношения экономической и психологической эффективности рекламы. Методы анализа эффективности рекламного воздействия. Пятиранговая шкала психологической эффективности рекламы. Шестиранговая шкала психологической эффективности рекламы.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2	-	10
6	Тема 6. Основы психологии PR Психологическое содержание направлений PR. Психологическое содержание PR-категорий. Вербальные и невербальные коммуникации в PR. Психологический анализ основных моделей PR- коммуникаций. Коммуникационные барьеры в PR и методы их устранения.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2/2	-	10
7	Тема 7. Психология эффективного имиджа Имидж как особый психический образ. Паблсити и имидж. Репутация и имидж. Бренд и имидж. Психология персонального имиджа. Психология корпоративного имиджа. Внутренний и внешний имидж организации.	ИД-1 УК-6 ИД-2 УК-6 ИД-3 УК-6 ИД-1 ОПК-4 ИД-2 ОПК-4 ИД-1 ПК-20 ИД-2 ПК-20 ИД-3 ПК-20	2	2/2	-	20
ИТОГО за 4 семестр			14	14/4		80
ИТОГО			14	14/4		80

6. Фонд оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью»

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Двинянинова, Е.Н. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е.Н. Двинянинова ; Поволжский государственный технологический университет. Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 156 с. - Библиогр.: с. 148 - 152 - ISBN 978-5-8158-2008-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306>
2. Кошелева, А.Н. Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс / А.Н. Кошелева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена». - СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. - 27 с. : табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435445>
3. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум / Н. В. Антонова – М. : Юрайт, 2015. – 374 с. - ISBN 978-5-9916-4455-6

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности / М.А. Измайлова. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 444 с. : ил. – 7
Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02557-0.
2. Мандель, Б.Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 381 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр.: с. 367-369. – ISBN 978-5-4499-0062-3.
3. Психология рекламной деятельности : [16+] / сост. Е.В. Кривцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет». – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2016. – 106 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481621> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-83532045-5.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
2. Методические указания по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Психология рекламы и связей с общественностью» для студентов направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>, неограниченный доступ.
2. Научная электронная библиотека e-library – www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека и электронный каталог научной библиотеки СКФУ – www.library.stavsu.ru
4. В БИЦ филиала подключена справочно-правовая система «Консультант Плюс» (еженедельное обновление)

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы: не требуются

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины: справочная правовая система «Консультант плюс»

Программное обеспечение:

1. Операционная система: Microsoft Windows 8: Бессрочная лицензия. Договор № 01-эа/13 от 25.02.2013.
2. Операционная система: Microsoft Windows 10: Бессрочная лицензия. Договор № 544-21 от 08.06.2021.
3. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2013: договор № 01-эа/13 от 25.02.2013г., Лицензия Microsoft Office <https://support.microsoft.com/ru-ru/lifecycle/search/16674>

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины «лицами с ограниченными возможностями здоровья»

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных

образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (Bigbluebutton, MicrosoftTeams, а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.