

Аннотация дисциплины
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И PR-ТЕХНОЛОГИИ
Направление подготовки: 37.04.01 Психология
Профиль: Социальная психология
Форма обучения: очная, заочная

1. Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Психология рекламы и PR-технологии» относится к вариативной части, является дисциплиной по выбору Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 37.04.01 Психология. Дисциплина изучается на очной форме обучения в 3 семестре; на заочной форме обучения на 2 курсе;

2. Освоение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-2 - готовность модифицировать, адаптировать существующие и создавать новые методы и методики научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии с использованием современных информационных технологий;

ПК-6 способность создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека с применением современного психологического инструментария;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ: новые методы и методики научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии; современные информационно-коммуникационные технологии; значение рекламы в современном обществе, исторические аспекты развития рекламы, теоретические и методологические проблемы психологии рекламы; понятие рекламы как вида психологического внушения, основных способов создания рекламных сообщений; характеристику основных средств распространения рекламы; когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия; психология саморекламы; психологию рекламы как элемента культуры, механизмы психологического воздействия рекламы в СМИ; психологические методы и эффективность рекламной деятельности; специфику профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека с применением современного психологического инструментария; психологию рекламной деятельности и психологию рекламного творчества, психологические исследования в области рекламы; современное состояние рекламного бизнеса; психология коммуникационных процессов в рекламе;

УМЕТЬ: использовать современные информационные технологии; модифицировать, адаптировать существующие и создавать новые методы и методики научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии; определять значение рекламы в современном обществе, выявлять исторические аспекты развития рекламы, анализировать закономерности теоретических и методологических проблем психологии рекламы; анализировать механизмы и закономерности рекламы как вида психологического внушения, использовать способы создания рекламных сообщений; анализировать эффективные пути и основные средства распространения рекламы; характеризовать когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия; анализировать эффективные приемы психологии саморекламы; анализировать психологию рекламы как элемента культуры, определять эффект, механизмы психологического воздействия рекламы в СМИ; подбирать адекватные психологические методы и выявлять эффективность рекламной деятельности; выявлять специфику психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска; формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение возможных расстройств

психики; создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека; применять современный психологический инструментарий; анализировать закономерности и механизмы психологии рекламной деятельности и психологии рекламного творчества, психологические исследования в области рекламы; анализировать современное состояние рекламного бизнеса; определять социально-психологическую характеристику коммуникационных процессов в рекламе;

ВЛАДЕТЬ: современными информационными технологиями, методами сравнительного анализа научных концепций, теорий, подходов, объясняющих природу психологических феноменов и процессов; навыками выявления значения рекламы в современном обществе, навыками установления закономерностей в исторических аспектах развития рекламы, навыками выявления закономерности теоретических и методологических проблем психологии рекламы; навыками применения механизмов и закономерностей рекламы как вида психологического внушения, навыками использования способов создания рекламных сообщений; навыками использования основных средств распространения рекламы, использует для этого наиболее эффективные пути; навыками дифференциации компонентов рекламного воздействия (когнитивный, эмоциональный и поведенческий), выявления их основных характеристик; навыками применения эффективных приемов психологии саморекламы; навыками выявления психологии рекламы как элемента культуры, навыками использования эффективных механизмов психологическое воздействие рекламы в СМИ; навыками применения адекватных психологических методов и навыками мониторинга эффективности рекламной деятельности; методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия; навыками предупреждения профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека; демонстрирует навыки работы с современным психологическим инструментарием; навыками использования социально-психологических закономерностей и механизмов рекламной деятельности и рекламного творчества, навыками установления эффективных психологических исследований в области рекламы; навыками применения и использования в практической деятельности приоритетных направлений современного состояния рекламного бизнеса; навыками применения социально-психологической характеристики коммуникационных процессов в рекламе.

Наименования видов учебной деятельности	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	2 курс, 3 семестр	2 курс
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в том числе:	34	8
Лекции	-	2
Практические занятия	34	6
Самостоятельная работа	74	96
Контроль (форма промежуточной аттестации) зачет	-	4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108