АННОТАЦИЯ

Дисциплины

**« ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»**

Направление подготовки – 37.07.01 «Психология»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль – «Психология»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Психология рекламы» (Б.1.В.ДВ.8.1) относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору.

**2. Цель и задачи дисциплины**

Цель освоения дисциплины «Психология рекламы» - ознакомление бакалавров с теориям, технологиями психологическими подходами в рекламе, рассматриваемой как ключевой вид маркетинговой коммуникации.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:

- предоставление информации о рекламе как социальном и экономическом феномене в контексте интегрированных маркетинговых коммуникаций;

- формирование знаний об основных научных представлениях и психологических механизмах воздействия рекламы на индивидуальное, групповое и массовое сознание;

- формирование знаний о средствах объективной оценки эффективности рекламного воздействия.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенции:, ПК-3, ПК-4, ПК-9.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать**:

* основные особенности, место и роль рекламы в системе средств массовой коммуникации и структуре маркетинговых коммуникаций;
* предметное поле психологии рекламы;
* основные психологические модели рекламного воздействия;
* особенности и закономерности функционирования когнитивных, эмоциональных, потребностно-мотивационных и социально-психологических механизмов воздействия рекламы;
* психологические методы оценки качества и степени воздействия рекламы;
* цели, задачи и методы психологической экспертизы в рекламе;

**Уметь**:

* проводить психологическую оценку и экспертизу рекламных материалов с точки зрения коммуникативной эффективности;
* разделять виды эффективности рекламы и выделять критерии для ее оценки;
* разрабатывать рекламное обращение с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

**Владеть:**

* информацией о современном состоянии и актуальных проблемах психологии рекламы;
* средствами психологического анализа рекламных сообщений;
* методами психологической оценки и экспертизы рекламы.

4. Содержание и структура дисциплины

1. Реклама в системе средств массовой и маркетинговой коммуникации. Психологические механизмы воздействия рекламы.

2. Когнитивный компонент рекламного воздействия.

3. Эмоциональный компонент рекламного воздействия

4. Потребностно-мотивационный компонент рекламного воздействия

5. Социально-психологические механизмы воздействия рекламы

6. Методы психологического исследования рекламы. Психологическая экспертиза и оценка эффективности рекламы.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

*Очная форма обучения:*

Объем дисциплины – 2 зачетная единица (72 час.), в том числе:

лекции -16 час.

практические занятия – 16 час.

самостоятельная работа студентов – 31 час.

Форма контроля знаний – зачет.

*Заочная форма обучения:*

Объем дисциплины – 2 зачетная единица (72 час.), в том числе:

лекции -4 час.

практические занятия -4 час.

самостоятельная работа – 60 час.

контроль – 4 час.

Форма контроля знаний – зачет.