

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 26.05.2023 11:47:15
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:
Руководитель ООП «Психология»:
к.психол.н., доцент
Л.А. Станова Л.А. Станова
«30»августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки

37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ

Профиль подготовки

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Для студентов 4 курса очной формы обучения

5 курса заочной форм обучения

Составитель: к.психол.н., доцент Сучкова О.В.

Тверь, 2021 г.

I. Аннотация

1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом –

Психология рекламы и массовой коммуникации

2. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является: формирование знаний и умений психолога, связанных с анализом эффективности продукта, психологических аспектов воздействия в области рекламы и массовой коммуникации.

Задачами освоения дисциплины являются:

1. Изучение видов рекламы и МК (массовой коммуникации).
2. Формирование умений анализировать эффективность рекламной продукции и социальной рекламы.
3. Формирование умений оценивать роль мотивации и познавательных процессов при создании и оценки рекламы.

3. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана. Она связана с предшествующими дисциплинами программы бакалавриата направления «Психология»: «Социальная психология», «Общая психология», «Практикум по социально-психологической диагностике», «Экономика».

Требования к «входным» знаниям и умениям обучающегося: знание понятий: коммуникация, мотивация, психические познавательные процессы. Умение применять опросные методы: анкетирование, интервьюирование. Способность к самоорганизации и самообразованию. Способность к постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности.

Данная дисциплина предшествует преддипломной практике.

4. Объем дисциплины:

3 зачетные единицы, 108 академических часа, в том числе

Очная форма обучения

контактная работа: лекционные – 18 часов, практические занятия 36 часов, в т.ч. практическая подготовка 6 часов, **самостоятельная работа:** 18 часов, **контроль:** 36 часов.

Заочная форма обучения

контактная работа: лекционные – 4 часа, практические занятия 8 часов, **самостоятельная работа:** 87 часов, **контроль:** 9 часов.

5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Формируемые компетенции	Требования к результатам обучения В результате изучения дисциплины студент должен:
ПК-8 Способность к проведению стандартного прикладного исследования в определённой области психологии	Владеть: - навыками самостоятельного проведения стандартного прикладного исследования в определённой области психологии; Уметь: - ставить профессиональные задачи в области научно-исследовательской и практической деятельности; - представлять информацию по результатам проведенного исследования; - подбирать методические инструменты, адекватные поставленным задачам и с учетом особенностей респондентов; - анализировать различные виды рекламы и оценивать ее воздействие на аудиторию. Знать: - методы и этапы исследования в целях создания проекта рекламы.

6. Форма промежуточной аттестации экзамен.

7. Язык преподавания русский.