

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Генриховна

Должность: Директор

Дата подписания: 28.04.2023 10:52:27

Уникальный программный ключ:

8ea9eca0be4f6fdd53da06ef676b3f826e1460eb

Министерство образования и науки Челябинской области
Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Челябинский колледж Комитент»
(АНОПО «Челябинский колледж Комитент»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
на базе среднего общего образования

Содержание

1. Общая характеристика рабочей программы дисциплины 3
2. Структура и содержание дисциплины 4
3. Условия реализации дисциплины 8
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 9

1. Общая характеристика рабочей программы дисциплины ОП.06 Психология рекламы

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.06 Психология рекламы является обязательной частью общепрофессионального учебного цикла образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.06 Психология рекламы обучающийся должен **уметь:**

-использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы
-распознавать особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы;

знать:

-основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение потребителя;
-механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе;

Перечень формируемых компетенций

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

Личностные результаты:

| | |
|---|--------------|
| Демонстрирующий умение эффективно взаимодействовать в команде, вести диалог, в том числе с использованием средств коммуникации | ЛР 16 |
| Демонстрирующий навыки анализа и интерпретации информации из различных источников с учетом нормативно-правовых норм | ЛР 17 |
| Демонстрирующий готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности. | ЛР 18 |
| Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747) | ЛР 21 |

| | |
|---|--------------|
| Активно применять полученные знания на практике | ЛР 25 |
| Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается. | ЛР 28 |

2 Структура и содержание дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Объем часов |
|--|--------------------|
| Объем образовательной программы дисциплины | 120 |
| <i>в том числе в форме практической подготовки</i> | <i>10</i> |
| в том числе: | |
| теоретическое обучение | 32 |
| Практические занятия | 48 |
| консультации | |
| <i>самостоятельная работа</i> | 40 |
| Промежуточная аттестация в форме | Экзамен |

2.2. Примерный тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.06 Психология рекламы

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся | Объем часов | Коды компетенций, формирование которых способствует элемент программы |
|--|--|-------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 семестр | | | |
| Раздел 1. Предприятие и его экономические ресурсы | | | |
| Тема 1 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина | Содержание учебного материала | 6 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Понятие рекламы, цели и функции рекламы, виды рекламы, психология рекламной стратегии. | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 4 | |
| | Подготовка к практической работе. | | |
| Тема 2 Рекламная деятельность как Психотехнологи | Содержание учебного материала | 8 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Психологическая структура рекламного процесса. Психотехнология рекламной стратегии. Психологическое содержание этапов рекламной кампании. Обратная связь как критерий социально-психологической эффективности рекламной деятельности | 2 | |
| | Практические занятия | 6 | |
| | Формы психологического воздействия в рекламе | | |
| Тема 3. Когнитивные психические | Содержание учебного материала | 8 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Ощущения в процессе восприятия рекламы. Роль внимания. Память и ее виды. Роль мыслительных процессов. Менеджмент восприятия | 2 | |
| | Практические занятия | 6 | |
| | Контрольные работы | | |
| Тема 4. Психология | Содержание учебного материала | 16 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Психология мотивации в рекламе. Потребности, мотивы, интересы потребителя рекламы. | 2 | |
| | Практические занятия | 8 | |
| | Этические проблемы психологии воздействия в рекламе. Психология рекламы и проблема | | |

| | | | |
|---|---|-----------|---|
| | изучения потребностей. | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 6 | |
| | Самостоятельная работа с конспектом занятий, учебной литературой, средствами массовой информации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. | | |
| Тема 5 Рекламного воздействия | Содержание учебного материала | 2 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Анализ психологического воздействия аудио рекламы в супермаркетах | 2 | |
| Тема 6. Психология формы | Содержание учебного материала | 1 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | «Законы гештальта» в восприятии рекламного продукта. Модели восприятия рекламы. Психология рекламной формы. Законы рекламной композиции | 1 | |
| Тема 7. Психология цвета и света в рекламе | Содержание учебного материала | 7 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Функции цвета и света. Психофизиологический механизм восприятия цвета. Социально-культурные ассоциации. Применение цвета и света в рекламе. Правила и ограничения применения цвета и света в рекламе | 1 | |
| | Практические занятия | 6 | |
| | Особенности восприятия цвета и графики в рекламе | | |
| Тема 8. Психология воздействия рекламы | Содержание учебного материала | 10 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Связь планирования, управления и контроля в деятельности предприятия. Структура планов предприятия, технология планирования. Производственная мощность предприятия. | 2 | |
| | Практические занятия | 8 | |
| | Изучения психологии отношения потребителей к рекламе | | |
| Тема 9. Реклама как обучение потребителя | Содержание учебного материала: | 10 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Влияние бихевиоризма на теорию рекламы: прошлое и настоящее. Использование концепции классического обусловливания потребительского поведения. Инструментальное обусловливание потребительского поведения. Замещающее обучение потребителя | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 8 | |

| | | | |
|--|--|-----------|---|
| | Самостоятельная работа с конспектом занятий, учебной литературой, средствами массовой информации. | | |
| Тема 10. Суггестивные психотехнологии в рекламе | Содержание учебного материала | 10 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Психоаналитический подход к рекламе. Гипнотический подход в теории рекламы. Перспективы суггестивных психотехнологий рекламы в обществе массовой культуры | 2 | |
| | Практические занятия | 8 | |
| | Суггестивные технологии воздействия рекламы на человека | | |
| Тема 11. Применение НЛП в рекламной практике | Содержание учебного материала | 8 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Теоретические основы нейро-лингвистического программирования. Применение техник НЛП в рекламной практике | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | 6 | |
| | Применение техник НЛП в рекламной практике | | |
| Тема 12. Рекламное воздействие как манипуляция | Содержание учебного материала | 6 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Манипуляция: проблема определения, социально-психологические предпосылки. Психологическая модель манипуляции. Манипулятивные приёмы воздействия в рекламе | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся: | 4 | |
| | Самостоятельная работа с конспектом занятий, учебной литературой, средствами массовой информации. | | |
| Тема 13. Мифодизайн рекламы | Содержание учебного материала: | 2 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Основные понятия и принципы мифодизайна рекламы . Основные принципы Мифодизайна рекламы. Потребностные мифологии. Мифологические аргументации в рекламе. Использование концепции мифодизайна рекламы в бизнес-ритуалах | 2 | |
| | | | |
| Тема 14. Психология отношения к рекламе | Содержание учебного материала | 6 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Доверие как социально-психологический феномен. Доверие как цель и условие рекламного воздействия. Общественное мнение в России о рекламе | 2 | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 4 | |
| | Работа с Интернетом, СМИ. Составление тематических кроссвордов | | |
| Тема 15. Психологическая эффективность рекламы | Содержание учебного материала | 3 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | 1.Психологическая и экономическая эффективность рекламы. Организация психологической экспертизы рекламной кампании и рекламного продукта. Рекламные формулы. Ранговая шкала эффективности рекламы. Цели и выбор метода в исследовании эффективности рекламного | 3 | |

| | | | |
|---|---|------------|---|
| | воздействия. 2.Исследование мнений и отношений: опрос, ранжирование, сравнение, шкалирование. Исследование мнений и отношений: метод ассоциаций, интервью, проективные тесты. Тесты на узнаваемость и запоминаемость. Метод наблюдения в исследованиях рекламы. Фокус-группа. Организация эксперимента | | |
| Тема 16. Тестирование рекламного воздействия | Содержание учебного материала | 17 | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| | Измерение мотивирующей силы рекламы. Психологическая экспертиза информационной безопасности рекламы | 3 | |
| | Практические занятия | 6 | |
| | Исследование психологической эффективности рекламы | | |
| | Самостоятельная работа обучающихся | 8 | |
| | Самостоятельная работа с конспектом занятий, учебной литературой Подготовка реферата. Работа с Интернетом, СМИ. Составление тематических кроссвордов | | |
| Промежуточная аттестация | Экзамен | | ОК 1-6,8, ПК 1.2,1.3, ЛР 16-18, 21,25,28 |
| Всего: | | 120 | |

3. Условия реализации дисциплины

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины предусмотрено следующее специальное помещение: **Кабинет экономики и менеджмента**. Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Кабинет экономики и менеджмента.

Оборудование учебного кабинета:

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

- многофункциональный комплекс преподавателя;
- наглядные пособия (комплекты учебных таблиц, стендов, схем, плакатов, портретов выдающихся ученых в области обеспечения безопасной жизнедеятельности населения и др.);
- тренажер для отработки действий при оказании помощи в воде;
- имитаторы ранений и поражений;
- образцы аварийно-спасательных инструментов и оборудования (АСИО), средств индивидуальной защиты (СИЗ): противогаз ГП-7, респиратор Р-2, защитный костюм Л-1, общевойсковой защитный костюм, общевойсковой прибор химической разведки, компас-азимут; дозиметр бытовой (индикатор радиоактивности);
- учебно-методический комплект «Факторы радиационной и химической опасности» для изучения факторов радиационной и химической опасности; •
- образцы средств первой медицинской помощи: индивидуальный перевязочный пакет ИПП-1; жгут кровоостанавливающий;
- аптечка индивидуальная АИ-2; комплект противоожоговый; индивидуальный противохимический пакет ИПП-11; сумка санитарная; носилки плащевые;
- образцы средств пожаротушения (СП);
- макеты: встроенного убежища, быстровозводимого убежища, противорадиационного укрытия, а также макеты местности, зданий и муляжи;
- макет автомата Калашникова;
- электронный стрелковый тренажер;
- обучающие и контролирующие программы по темам дисциплины;
- комплекты технической документации, в том числе паспорта на средства обучения, инструкции по их использованию и технике безопасности;
- библиотечный фонд.

Кабинет безопасности жизнедеятельности обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ

Принтер

Сканер
 Стеллажи для книг
 Кафедра
 Выставочный стеллаж
 Каталогный шкафа
 Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)

Помещение для самостоятельной работы

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированные рабочие места обучающихся

Парты (2-х местные)

Стулья

Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду АНОПО «Челябинский колледж Комитент», с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основная литература:

1. Байбардина Т.Н. Психология рекламы. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.Н. Байбардина, В.Л. Кузьменко, О.А. Бурцева. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Вышэйшая школа, 2014. — 192 с. — 978-985-06-2460-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35534.html>

2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — 978-5-394-01553-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>

Дополнительная литература:

1. Музыкант, В. Л. Психология и социология в рекламе / В.Л. Музыкант. - М.: РИОР, Инфра-М, 2018. - 224 с.

2. Музыкант, Валерий Леонидович Психология и социология в рекламе. Учебное пособие. Гриф УМО МО РФ / Музыкант Валерий Леонидович. - М.: РИОР, 2017. - 143 с.

3. Панкратов, Ф.Г.; Баженов Ю.К. Основы рекламы / Ф.Г.; Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - М.: Дашков и К; Издание 8-е, перераб. и доп., 2020. - 526 с.

4. Психология в рекламе. - М.: Гуманитарный центр, 2018. - 220 с.

5. Психология дизайна и рекламы. - М.: Современная школа, 2017. - 256 с.

6. Психология дизайна и рекламы. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 256 с.

7. Психология и психоанализ рекламы / ред. Д.Я. Райгородский. - М.: Самара: ИД Бахрах-М", 2017. - 720 с

8. Психология и психоанализ рекламы. - М.: Бахрах-М, 2019. - 720 с.

9. Райгородский, Д.Я. Психология и психоанализ рекламы: Учебное пособие / Д.Я. Райгородский. - М.: Бахрах-М, 2016. - 446 с.

10. Тивари, С. (не) Здравый смысл рекламы / С. Тивари. - М.: Питер, 2020. - 304 с.

11. Ульяновский, А. Мифодизайн рекламы / А. Ульяновский. - М.: СПб: Петрополь, 2018. - 300 с.

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

| Результаты обучения | Критерии оценки | Методы оценки |
|---|--|--|
| уметь: -использовать методики оценки психологической эффективности воздействия рекламы -распознавать | Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними | Оценивание работы на семинарах. Проверка и оценивание практических работ, составление сводных и сравнительных таблиц, контрольных |

| | | |
|--|--|---|
| <p>особенности функционирования таких познавательных психических процессов, как внимание, мышление, память, речь, определяющих вовлеченность личности в коммуникационное пространство рекламы;</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> -основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение потребителя; -механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе; | <p>дискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач, не активен в групповой работе;</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.</p> | <p>заданий по темам.</p> <p>Заслушивание докладов.</p> <p>Экзамен..</p> |
|--|--|---|