



11:49:31
Лицензия № 1478 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)
Свидетельство государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 № 0002920 (бессрочно)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор ОАНО ВО МПСУ
_____ Замолоцких Е.Г.
« » 202 г.

Рабочая программа дисциплины

Психология рекламы

Направление
37.03.01 Психология

Направленность (профиль)

Социальная психология

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, Очно-заочная

Составитель программы:
Араканцева Т.А., к.психолог.н.,
доцент кафедры социальной психологии

Москва
2025

Лист согласований

Рабочая программа дисциплины «Психология рекламы» по направлению 37.03.01 Психология (направленность (профиль) «Социальная психология») разработана на основании «Федерального государственного образовательного стандарта - бакалавриат по направлению 37.03.01 Психология», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июля 2020 г. N 839; Профессионального стандарта «Психолог в социальной сфере», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «14» сентября 2023 г. № 716н, согласована и рекомендована к утверждению.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социальной психологии

протокол № 6 от «18» января 2025 г.

Зав. каф. социальной психологии

Большакова Т.Ю., к.соц.н., доцент

Согласовано:

Директор Института психологии

Ефимова О.С., к.пс.н., доцент

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине	4
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	5
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	8
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	10
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	11
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	13
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	16
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	17
9.1 Лицензионное программное обеспечение	17
9.2. Электронно-библиотечные системы	17
9.3. Современные профессиональные базы данных	17
9.4. Информационные справочные системы	18
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	18
11. Лист регистрации изменений.....	19

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Психология рекламы» составлена в соответствии с требованиями:

- Федерального государственного образовательного стандарта бакалавриат по направлению 37.03.01 Психология;

- Приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- учебным планом (очной и очно-заочной формы обучения), составленным на основе Федерального государственного образовательного стандарта - бакалавриат по направлению 37.03.01 Психология (направленность (профиль) «Социальная психология»).

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Психология рекламы. Дисциплина дает представление об основных теориях и направлениях развития теории психологии рекламы.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена к Факультативным дисциплинам, учебных планов по направлению 37.03.01 Психология, специализация «Социальная психология».

Дисциплина изучается очная форма обучения на 4 курсе в 7 семестре, форма контроля – зачет// очно-заочная форма обучения 4 курсе в 7 семестр, форма контроля – зачет.

Цель изучения дисциплины: является ознакомление обучающихся с основными теориями и направлениями развития теории психологии рекламы; овладение понятийным аппаратом, описывающим социально-психологические феномены рекламного воздействия; создание представления о психологических механизмах воздействия рекламы; развитие умения определять и анализировать социальные детерминанты поведения личности в результате рекламного воздействия овладение знаниями психологических основ разработки рекламных материалов для различных средств массовой информации; созданием мотивации к овладению знаниями, необходимыми психологам в их практической деятельности.

Задачи:

- сформировать у обучающихся систему знаний в области технологий рекламы и современных PR–технологий, позволяющих выстраивать эффективное коммуникативное поведение в профессиональной и личной сферах;
- сформировать знания о видах рекламы и их особенностях и знания в области создания рекламного материала.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми

результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению 37.03.01 Психология (направленность (профиль) «Социальная психология»), и на основе Профессионального стандарта «Психолог в социальной сфере», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «14» сентября 2023 г. № 716н.

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
УК-3.	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Семинары</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>
		УК-3.2. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, понимает свою роль в команде.	<u>Контактная работа:</u> <u>Лекции</u> <u>Семинары</u> <u>Практические занятия</u> <u>Самостоятельная работа</u>

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетная единица.

3.1 Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Очная форма обучения

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	36
Аудиторная работа (всего):	36
в том числе:	
Лекции	18
Семинары, практические занятия	18
Лабораторные работы	
Внеаудиторная работа (всего):	

в том числе:	
Консультации	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет)	+

Очно-заочная форма обучения

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	24
Аудиторная работа (всего):	24
в том числе:	
Лекции	12
Семинары, практические занятия	12
Лабораторные работы	
Внеаудиторная работа (всего):	
в том числе:	
Консультации	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	48
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет)	

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Очная форма обучения

№ п/п	Разделы и/или темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)							Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)	
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контрольная работа	Консультации		Курсовая работа
				Лекции	Лаборатор. практикум	Практическ. занятия / семинары					
1	Тема 1. Реклама и PR как социально-экономические	7	18	4		4	10				доклад, сообщение с

	явления. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии .									презентаций
2	Тема 2. Психологические аспекты экономического поведения человека.	7	20	6		4	10			доклад, сообщение с презентацией
3	Тема 3. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	7	18	4		4	10			доклад, сообщение с презентацией
4	Тема 4. Психологические аспекты деятельности по связям с общественностью.	7	16	4		6	6			
5	Консультации									
6	Вид промежуточной аттестации обучающихся (зачет)									перечень вопросов к зачету
	Всего:		72	18		18	36			зачет

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы и/или темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)							Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)	
			ВСЕГО	Из них аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контрольная работа	Консультации		Курсовая работа
				Лекции	Лаборатор. практикум	Практическ. занятия / семинары					
1	Тема 1. Реклама и PR как социально-экономические явления. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии .	7	16	2		2	12				доклад, сообщение с презентацией
2	Тема 2. Психологические аспекты экономического поведения человека.	7	16	2		2	12				доклад, сообщение с презентацией
3	Тема 3. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы	7	20	4		4	12				доклад, сообщение с презентацией

	психологической экспертизы рекламы.									
4	Тема 4. Психологические аспекты деятельности по связям с общественностью.	7	20	4		4	12			
5	Консультации									
6	Вид промежуточной аттестации обучающихся (зачет)									перечень вопросов к зачету
	Всего:		72	12		12	48			зачет

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

№	Название темы	Содержание лекционного курса	Содержание семинаров
1	Тема 1. Реклама и PR как социально-экономические явления. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии .	Общее понимание рекламы. Исторический обзор развития рекламы. Подходы к рекламе (суггестивный, маркетинговый, «адвертологический» подходы). Система маркетинга. Маркетинговые коммуникации. Реклама как элемент системы маркетинговых коммуникаций. Типы рекламных коммуникаций. Классификации рекламы. Коммерческая и некоммерческая (политическая и социальная) реклама. Деловая и потребительская реклама. Федеральная, региональная и местная реклама.	Основные подходы к изучению рекламы. Реклама как вид деятельности. Основные направления исследований в области психологии рекламы. Понятие психологической экспертизы рекламы. Реклама как особый вид массовой коммуникации
2	Тема 2. Психологические аспекты экономического поведения человека.	Мотивация потребителя. Актуализация и опредмечивание потребностей потребителя. Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения. Психологическая классификация потребностей. Психологические типы потребителей. Брэндинг как инструмент сегментирования	Внимание в рекламе: конкуренция на рекламном рынке, способы привлечения внимания, характеристики внимания, «айстоперы», проблема избыточности привлечения внимания. Организация запоминания рекламной информации. Мышление и эмоции потребителя: рациональное и эмоциональное.

		рынка. Рекламная деятельность как диалог. Реклама как коммуникация. Потребность в общении и социализация личности. Социализация и индивидуальность. Психологические основы рекламных коммуникаций. Социальные оценки. сравнения. Социальная мода. Имидж и брэнд как средство социальной стратификации. Человек как субъект рекламных коммуникаций. Ощущение и восприятие рекламной продукции: оптимальная сила слуховых и зрительных раздражителей, целостность восприятия рекламы.	
3	Тема 3. Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	Методы оценки эффективности рекламы. Этические проблемы рекламы. Организация психологической экспертизы рекламы. Печатная реклама. Газетная и журнальная реклама. Особенности восприятия рекламного текста и графики в газете и журнале. Реклама на радио, особенности восприятия информации на слух. Телевизионная реклама: специфика, закономерности восприятия. Наружная реклама (биллборды, растяжки, витрины, баннеры, штендеры, лайтбоксы и т.д.). Сувенирная реклама, реклама на транспорте, интернет -реклама. Гендерные аспекты рекламы. Этно-психологические особенности рекламы.	Личностные основания рекламного воздействия (ценностные ориентации личности, особенности характера и т.п.). Концепция социально-этичного маркетинга. Психологические исследования содержательных и формально-динамических характеристик рекламы
	Тема 4. Психологические аспекты деятельности по	Планирование и проведение PR кампаний.	Установление и поддержание связи со СМИ, рекламными и PR

	связям общественностью.	с	Психологические аспекты организации и проведение специальных мероприятий (презентации, выставки, пресс-конференции и др.). Разработка стратегии и тактики корпоративной и имиджевой политики.	агентствами государственными и общественными PR-структурами
--	-------------------------	---	---	---

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся при изучении дисциплины «Психология рекламы» предполагает работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на семинарах, участие в обсуждении тем курса, подготовка докладов, выполнение разноуровневых индивидуальных заданий.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место выполнения самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины «Психология рекламы», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучающихся. Обязательно следует учитывать рекомендации преподавателя, данные на занятиях и приступать к изучению отдельных тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании темы на лекции, необходимо изучить и закрепить материал с помощью источников, указанных в разделе 6 рабочей программы. Целесообразно составить краткий конспект, отображающий содержание и связи основных понятий данной темы. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно, для того, чтобы была возможность обсудить эти вопросы на практическом занятии.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Тема 1. Реклама и PR как социально-экономические явления. Состояние проблемы изучения рекламы в психологии .	Основные подходы к изучению рекламы. Реклама как вид деятельности. Основные направления исследований в области психологии рекламы. Реклама как особый вид массовой коммуникации.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада.	Литература к курсу, работа с интернет - источникам и	доклад, сообщение с презентацией , дискуссия
Тема 2. Психологические аспекты экономического поведения человека.	Реклама как коммуникация. Социализация и индивидуальность. Психологические основы рекламных	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада. Выполнение	Литература к курсу, работа с интернет - источникам и	доклад, сообщение с презентацией

		коммуникаций. Имиджи брэнд как средство социально йстратификации. Человек как субъект рекламных коммуникаций	индивидуальны х заданий.		
Тема Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой информации. Проблемы психологической экспертизы рекламы.	3.	Гендерные аспекты рекламы. Этнопсихологические особенности рекламы. Личностные основания рекламного воздействия (ценностные ориентации личности, особенности характера и т.п.).	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада. Выполнение индивидуальны х заданий.	Литература к курсу, работа с интернет - источникам и	доклад, сообщение с презентацией
Тема Психологические аспекты деятельности по связям с общественностью.	4.	Понятие PR, отличие от рекламы. Планирование и проведение PR-кампаний.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада. Выполнение индивидуальны х заданий.	Литература к курсу, работа с интернет - источникам и	доклад, сообщение с презентацией

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная учебная литература

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебник для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18364-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568898> (дата обращения: 24.04.2025).

2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566990> (дата обращения: 24.04.2025).

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560199> (дата обращения: 24.04.2025).

б) дополнительная литература

1. Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. Психология рекламы и PR. Учебник для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2016 394 с.

2. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учебное пособие / Науч. Ред. М.В. Удальцова. М.: ИНФРА-М, 2011 232 с.
3. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. СПб.: Питер, 2004 368 с.
4. Сандомирский М. Е. Психология коммерции: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / М. Е.Сандомирский. М.: Издательский центр «Академия», 2006 224 с.
5. Ценев В. Психология рекламы. Реклама, НЛП и 25-кадр. СПб.: Речь, 2007 224

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1	Портал психологических изданий PsyJournal.ru Открытый портал информационных ресурсов (научных статей, сборников работ и монографий по различным направлениям психологии) http://psyjournals.ru/
2	Научная электронная библиотека eLibrary.ru - Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) Открытый портал информационных ресурсов (научных статей, сборников работ и монографий по различным направлениям наук) https://elibrary.ru/project_risc.asp
3	Сайт научного журнала «Культурно-историческая психология» Международное научное издание для психологов, дефектологов, антропологов. Электронная версия журнала находится в свободном доступе. https://psyjournals.ru/kip/
4	База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа http://www.sciencedirect.com/
5	Портал «Psychology-OnLine.Net» Новости психологической науки, психологической практики и психологического образования http://www.psychology-online.net/
6	Федеральный портал «Российское образование» http://www.edu.ru/
7	Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» http://window.edu.ru/
8	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов Научно-практические и методические материалы http://school-collection.edu.ru/
9	Электронный журнал «Психолого-педагогические исследования» Периодическое специализированное научно-практическое издание по проблемам психологии образования http://www.psyedu.ru/
10	Электронный ресурс «Психологическая лаборатория» Перечень психологических тестов http://vch.narod.ru/
11	Портал «Психологический словарь» Психологический on-line словарь. http://psi.webzone.ru/

12	Портал «Флогистон. Психология их первых рук» Публикации. Новости. Обзоры. Библиотека. Тематические подборки статей. http://www.flogiston.ru/
13	Портал «Психологические тесты и компьютерные программы развития способностей для образовательных учреждений и управления персоналом» http://www.Effecton.ru/

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Лекция	В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемых тем, делаются акценты на наиболее сложных и интересных положениях изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Обучающиеся должны конспектировать материал лекций, т.е. кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Материалы лекций необходимо систематически прорабатывать: проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников. Необходимо выделить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Материалы лекций являются основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям.
Практические занятия	Практическое занятие направлено на углубление научно - теоретических знаний и овладение определенными способами работы, которое формирует практические умения обучающихся. Целью практических занятий является содействие овладению обучающимися навыками и умениями, необходимыми при решении практических задач. В процессе занятия обучающиеся по заданию преподавателя выполняют индивидуальные или групповые практические задания для овладения необходимыми профессиональными навыками. Обучающиеся должны систематически готовиться к практическим занятиям, актуализируя лекционный и семинарский материал по соответствующим темам, осуществлять поиск необходимой информации, выполнять предложенные преподавателем задания. Для успешного освоения материала дисциплины «Психология рекламы» обучающиеся должны систематически посещать практические занятия.
Семинары	Целями семинаров являются: контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения обучающимися самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов по изучаемой теме. В рамках темы каждого семинара предусмотрена подготовка обучающимися устных выступлений по вопросам изучаемой темы, которые предлагаются обучающимся заранее, с последующим их обсуждением всеми обучающимися в группе. На семинарах проводятся контрольные мероприятия. Для успешного освоения материала дисциплины «Психология рекламы» обучающиеся должны систематически посещать семинары. В процессе

	подготовки к семинарам обучающимся в обязательном порядке необходимо знакомиться с обязательной литературой по соответствующим темам, а также, при подготовке докладов - с первоисточниками и публикациями по изучаемой теме в научной периодике, конспектируя их. На семинарах предполагается активное участие обучающихся в обсуждении конкретных вопросов, критический анализ представленных сообщений, дополнения к ответам. При подготовке к занятию обучающемуся необходимо ответить на вопросы, составить перечень вопросов, вызвавших затруднения или имеющих неоднозначную трактовку.
Устный опрос	Устный опрос регулярно проводится во время семинаров с целью проверки базовых знаний обучающихся по изученным темам. Обучающимся предлагается ответить на ряд вопросов, касающихся основных терминов и понятий, концепций и фактов по материалу изученных тем. Ответы должны быть достаточно полными и содержательными. К устному опросу должны быть готовы все обучающиеся. В процессе подготовки к устному опросу необходимо систематически изучать обязательную литературу по темам дисциплины, повторять изученный материал, опираясь на конспекты лекций.
Доклад, сообщение с презентацией	Доклад - это результат самостоятельной работы обучающегося, представляющий собою публичное выступление, в ходе которого автор раскрывает содержание темы, суть проблемы, которой посвящен доклад, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер. Выбор темы доклада осуществляется обучающимся не менее чем за неделю до планируемого выступления. Тематика докладов доводится до сведения обучающихся ведущим преподавателем. При выборе темы доклада важно учитывать ее актуальность, соответствие содержанию изучаемой темы дисциплины, научную разработанность, возможность обращения к необходимым источникам для изучения темы доклада, личный интерес к данной теме. Примерные этапы работы над докладом таковы: формулирование темы, подбор и изучение основных источников по теме; составление библиографии; систематизация информации; разработка плана; написание доклада; публичное выступление. При подготовке доклада необходимо использовать не только обязательную литературу, но и дополнительные источники. Доклад может сопровождаться слайд-презентацией. Выступающему, по окончании представления доклада, могут быть заданы вопросы по теме выступления.
Дискуссия	На занятиях по дисциплине «Психология рекламы» может проводиться дискуссия. Тема дискуссии определяется заранее, чтобы обучающиеся имели возможность самостоятельно подготовиться к ней. В дискуссионной форме рассматриваются неоднозначные и не имеющие общего решения вопросы, касающиеся сферы семейных отношений. Эта форма занятий предполагает обязательное активное участие обучающихся в обсуждении, предоставление ими информационного материала для обсуждения, аргументированное отстаивание своей точки зрения, привлечение дополнительной информации по теме дискуссии, корректное участие в дискуссии. Проведение дискуссии позволяет оценить сформированность у обучающегося умения ставить проблему, обосновывать пути ее возможного

	разрешения, корректно и аргументировано отстаивать свою позицию в дискуссии.
Разноуровневые индивидуальные задания	Индивидуальные задания репродуктивного и реконструктивного уровней предлагаются с целью текущего контроля успеваемости обучающихся на семинарах/практических занятиях. Варианты разноуровневых индивидуальных заданий включают два вопроса по изученным темам дисциплины. Обучающийся должен дать письменные ответы на оба вопроса. При подготовке к выполнению заданий необходимо повторить материал изученных тем дисциплины. Индивидуальные задания творческого уровня по дисциплине «Психология рекламы» содержательно связаны с диагностикой психологических характеристик семьи. Обучающиеся при выполнении индивидуальных заданий демонстрируют владение навыками отбора и применения различных методик, используемых в исследованиях семьи, а также в практической работе с семьей. При подготовке к выполнению разноуровневых индивидуальных заданий необходимо актуализировать пройденный материал. По итогам выполнения задания обучающийся должен представить письменный отчет.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний обучающихся; формирования умений использовать учебную, научную и научно-практическую литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций. Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к устному опросу, докладу, выполнению разноуровневых индивидуальных заданий, коллоквиуму, зачет с оценкой с оценкой). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов ОАНО ВО «МПСУ»: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; учебную и учебно-методическую литературу. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультацию по выполнению задания, на которой разъясняет цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня

	умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы обучающихся предусматривает: соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля; валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить). Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; организация самопроверки, обсуждение результатов выполненной работы на занятии; проведение устного опроса.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету по дисциплине «Психология рекламы» необходимо повторить весь материал дисциплины, ориентируясь на перечень вопросов к зачету и используя конспекты лекций и рекомендуемую литературу. В ходе самостоятельной подготовки к зачету можно рекомендовать обучающимся письменно проработать материал, делая упор как на базовые понятия, так и на практическую составляющую курса. Это позволит лучше подготовиться к промежуточной аттестации. Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины или в форме итогового тестирования. Для успешной сдачи зачета по дисциплине «Психология рекламы» обучающиеся должны принимать во внимание, что весь материал, представленный в перечне вопросов к зачету, нужно знать. Указанные в рабочей программе формируемые в результате освоения дисциплины профессиональные компетенции должны быть продемонстрированы обучающимся.

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

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Психология рекламы» необходимо использование следующих помещений:

404 403	1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, самостоятельной работы, практических занятий, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 404) Оснащение: Экран большого размера – 1 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система (АИБС) – 1 шт. Меловая доска – 1 шт. Шкаф закрытый для хранения учебного оборудования – 6 шт. Стол ученический – 25 шт. Стул ученический – 51 шт. 2. Кабинет для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (аудитория № 403)
------------	---

	Оснащение: Экран большого размера – 1 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации, автоматизированная информационно-библиотечная система (АИБС) – 16 шт. Стол одноместный – 1 шт. Стол ученический – 10 шт. Стул ученический – 41 шт. Меловая доска – 1 шт.
--	--

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

9.1 Лицензионное программное обеспечение

- Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
- Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
- Программный пакет Microsoft Office 2010 Professional — лицензия № 49261732 от 04.11.2011
- Комплексная система антивирусной защиты DrWEB Entrprise Suite — лицензия № 126408928, действует до 13.03.2018
- Программный комплекс «УМК-психология» — лицензионный договор № 28-03 от 28.01.2013
- Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL

9.2. Электронно-библиотечные системы

- Юрайт <http://urait.ru/>
- IPR SMART <http://www.iprbookshop.ru/>
- eLIBRARY.RU:<http://elibrary.ru/>

9.3. Современные профессиональные базы данных

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
- Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>
- Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru/>
- Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
- Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

- Электронный ресурс журналов: «Вопросы психологии»: <http://www.voppsy.ru/frame25.htm>, «Психологические исследования»: <http://www.psystudy.com>, «Новое в психолого-педагогических исследованиях»: http://www.mpsu.ru/mag_novoe, «Актуальные проблемы психологического знания»: http://www.mpsu.ru/mag_problemu

9.4. Информационные справочные системы

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>) .

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в ОАНО ВО «МПСУ». В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами не визуального доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура; экранная лупа OneLoupe.

11. Лист регистрации изменений

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета от «__» _____ 20__ г. протокол № _____

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.			
2.			
3.			