

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение психологии



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Таюрский Д.А.

" " 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Психологические аспекты социального воздействия Б1.В.ДВ.9

Направление подготовки: 37.03.01 - Психология

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: второе высшее

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Насибуллов К.И.

**Рецензент(ы):**

Попов Л.М.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Попов Л. М.

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института психологии и образования (отделения психологии):

Протокол заседания УМК № \_\_\_\_ от "\_\_\_\_" 201\_\_ г

Регистрационный №

Казань  
2018

## **Содержание**

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Насибуллов К.И. кафедра психологии личности Институт психологии и образования , Kamil.Nasibullov@kpfu.ru

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью данного курса является ознакомление с основными категориями понятия "Рекламные технологии". Освоение дисциплины подразумевает наличие у студентов теоретических знаний и практических навыков в области общей психологии (психологии познавательных процессов), социальной психологии, психологии труда и психологии управления.

Основная цель курса - сформировать у студентов системные представления о психологических закономерностях, сопровождающих рекламные явления в сфере бизнеса и предпринимательства, о психологических методах исследования и оптимизации этих явлений, о психологических особенностях деятельности специалистов в области бизнеса и рекламы.

## 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.9 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 37.03.01 Психология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Б3.ДВ1

Данному курсу предшествует изучение дисциплин "Введение в профессию", "Общая психология", "Психология общения". Студенты должны обладать теоретическими знаниями и практическими навыками в области общей психологии, психологии общения. Предполагается, что студенты владеют навыками теоретического анализа, самостоятельной работы с литературой по изучаемым проблемам.

## 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способностью к самоорганизации и самообразованию
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью к реализации стандартных программ, направленных на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, профессиональных рисков в различных видах деятельности
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью к выявлению специфики психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- предмет курса, исходя из сущности и функций рекламы;
- основные принципы и совокупности методов и приемов исследования, применяемых в данной дисциплине;
- особенности и закономерности психологических явлений, сопровождающих процесс рекламного воздействия.

2. должен уметь:

- оценивать эффективность деловых коммуникаций в контексте рекламной деятельности и бизнеса;
- выполнять и обеспечивать комплекс профессионально-важных качеств специалиста по рекламе.

3. должен владеть:

- навыками распознавания аспекта воздействия различных рекламных средств,
- способами психологического содержания методов и способов рекламного воздействия.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

?к ориентировке в теоретико-методологических основах рекламных технологиях;

?к использованию психологических средств и приемов рекламного воздействия на целевую аудиторию;

? применению общенаучные и специальных методов исследования в сфере бизнеса и рекламы,

?к научно-обоснованным способам оценивания мероприятий, связанных с рекламой в сфере бизнеса,

? использовать полученные знания и умения для организации собственных исследований в рамках учебной практики (выполнение реферативных, курсовых и дипломных работ).

#### **4. Структура и содержание дисциплины/ модуля**

Общая трудоемкость дисциплины составляет зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### **4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю**

##### **Тематический план дисциплины/модуля**

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. 1. Психологические особенности средств рекламы.	5	1-3	0	0	0	
2.	Тема 2. 2. Теоретические основы рекламного воздействия.	5	4-6	0	0	0	
3.	Тема 3. 3. Творчество в рекламной деятельности.	5	7-9	0	0	0	
4.	Тема 4. 4. Организация и управление рекламной кампанией.	5	10-12	0	4	0	
5.	Тема 5. 5. История возникновения и развития рекламы.	5	13-15	0	6	0	
6.	Тема 6. 6. Эффективность рекламной кампании: экономический и психологический аспект.	5	16-17	0	6	0	
.	Тема .	5		0	0	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	Зачет
	Итого			0	16	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

**Тема 1. 1. Психологические особенности средств рекламы.**

**Тема 2. 2. Теоретические основы рекламного воздействия.**

**Тема 3. 3. Творчество в рекламной деятельности.**

**Тема 4. 4. Организация и управление рекламной кампанией.**

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

Психологический аспект маркетинго-рекламного исследования. Психологические особенности рекламного процесса в зависимости от стадий жизненного цикла товара/услуги.

**Тема 5. 5. История возникновения и развития рекламы.**

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

Основные этапы становления рекламы. Особенности развития рекламы в Западной Европе и России. Экономические факторы развития рекламной деятельности. Психологические факторы эффективности рекламы в сфере бизнеса в современной России.

**Тема 6. 6. Эффективность рекламной кампании: экономический и психологический аспект.**

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

Психологические особенности восприятия наружной рекламы. Печатная и прессовая реклама, аудио, ТВ-реклама. Выставки, ярмарки, презентации. Интернет-реклама. Акции Public Relations (PR)

### Тема .

### 4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. 1. Психологические особенности средств рекламы.	5	1-3	Изучение рекомендуемой литературы	10	Устный опрос
2.	Тема 2. 2. Теоретические основы рекламного воздействия.	5	4-6	Изучение рекомендуемой литературы	10	Устный опрос
3.	Тема 3. 3. Творчество в рекламной деятельности.	5	7-9	Изучение рекомендуемой литературы	10	Групповое обсуждение
4.	Тема 4. 4. Организация и управление рекламной кампанией.	5	10-12	Изучение рекомендуемой литературы	10	Устный опрос
5.	Тема 5. 5. История возникновения и развития рекламы.	5	13-15	Изучение рекомендуемой литературы	10	Устный опрос
6.	Тема 6. 6. Эффективность рекламной кампании: экономический и психологический аспект.	5	16-17	Изучение рекомендуемой литературы	2	Устный опрос
Итого					52	

### 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

нелинейное структурирования учебного процесса, педагогические технологии дистанционного образования, личностно ориентированные технологии профессиональной подготовки специалистов, составленные программы с учетом жизненных запросов студентов, их интересов и творческих склонностей, разработка образовательных технологий, которые реализуют принципы и закономерности функционирования открытых систем обучения.

Изучение педагогического опыта вузов позволяет выделить следующие характерные принципы разработки современных технологий обучения: личностной ориентированности, диагностичности, интенсивности, диалогичности, моделирования профессиональных ситуаций проектирования дидактических функций в единстве с коммуникативными и личностными смыслами, модульности, межпредметности, креативности.

Использование активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

### **Тема 1. 1. Психологические особенности средств рекламы.**

Устный опрос , примерные вопросы:

Опишите предмет и задачи психологии бизнеса и рекламы. Дайте анализ психологического содержания предпринимательской и рекламной деятельности. Каковы общие положения гражданских обязательств и социальной ответственности предпринимателя.

### **Тема 2. 2. Теоретические основы рекламного воздействия.**

Устный опрос , примерные вопросы:

Каковы виды и формы рекламного воздействия в различных СМИ

### **Тема 3. 3. Творчество в рекламной деятельности.**

Групповое обсуждение, примерные вопросы:

Способы организации творческой деятельности при разработке рекламной компании

### **Тема 4. 4. Организация и управление рекламной кампанией.**

Устный опрос, примерные вопросы:

Формы и методы организации и управления рекламной компанией

### **Тема 5. 5. История возникновения и развития рекламы.**

Устный опрос, примерные вопросы:

Основные исторические этапы развития рекламной деятельности

### **Тема 6. 6. Эффективность рекламной кампании: экономический и психологический аспект.**

Устный опрос, примерные вопросы:

Методы оценки эффективности рекламной компании

### **Тема .**

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету.

1. Предмет и задачи психологии бизнеса и рекламы.
2. Психологическое содержание предпринимательской и рекламной деятельности.
3. Общие положения гражданских обязательств и социальной ответственности предпринимателя.
4. Основные аспекты социальной ответственности бизнеса перед обществом, потребителем и персоналом.
5. Психологические особенности конструктивных деловых коммуникаций.
6. История развития рекламы (психологический аспект).
7. Экономические факторы развития рекламы в современной России.
8. Основные фазы развития маркетинга.
9. Реклама и маркетинг в сфере бизнеса.
10. Составляющие рекламного процесса: психологические характеристики.
11. Маркетинговые и деловые коммуникации
12. Виды рекламы: психологические достоинства и недостатки.
13. Психологические особенности восприятия рекламы современной российской аудиторией.
14. Теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллера.
15. Роль творчества при создании рекламного текста.
16. Теоретические концепции психологии потребительского поведения

17. Виды психологической аргументации в рекламе и стереотипы восприятия рекламы.
18. Рекламная кампания: организация и управление.
19. Психологические характеристики рекламных стратегий.
20. Психологические факторы эффективной рекламной политики.
21. Методы и способы исследования целевой аудитории.
22. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий.
23. Принципы правового регулирования рекламной деятельности.

### **7.1. Основная литература:**

Социальная психология: Учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. - 3-е изд. - М.: Форум, 2010. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-415-3  
<http://znanium.com/bookread2.php?book=217160>

Социальная психология: Учебное пособие / Н.С. Ефимова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 192 с.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-8199-0368-1  
<http://znanium.com/bookread2.php?book=340806>

### **7.2. Дополнительная литература:**

Социальная психология/Платонов Ю.П. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 352 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011147-6  
<http://znanium.com/bookread2.php?book=514734>

Социальная психология: Учебное пособие для студентов вузов / Сухов А.Н., Гераськина М.Г., Лафуткин А.М.; Под ред. Сухов А.Н., - 7-е изд., перераб. и доп. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 615 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-238-02192-8  
<http://znanium.com/bookread2.php?book=882778>

Социальная психология. Курс лекций: Учебное пособие / В.Г. Крысько. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0382-1, 100 экз.  
<http://znanium.com/bookread2.php?book=460588>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

seopro - информационный портал о маркетинге для руководителей - <http://www.seopro.ru/>  
индустрия рекламы - <http://adindustry.ru/>  
кибермаркетинг - <https://www.cybermarketing.ru/>  
Онлайн энциклопедия по маркетингу и рекламе - <http://powerbranding.ru/teoriya-marketinga/>  
полевой справочник маркетолога - <http://marketcards.ru/>

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Психологические аспекты социального воздействия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

мультимедийное оборудование, аудио- и видеоаппаратура

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 37.03.01 "Психология" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Насибуллов К.И. \_\_\_\_\_  
"\_\_\_" 201 \_\_\_ г.

Рецензент(ы):

Попов Л.М. \_\_\_\_\_  
"\_\_\_" 201 \_\_\_ г.