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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский
_____ «___»_____20__г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Рекламные технологии Б1.В.ДВ.2

Направление подготовки: 37.03.01 - Психология
Профиль подготовки: не предусмотрено
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: заочное
Язык обучения: русский

Автор(ы):

Фахрутдинова Л.Р.

Рецензент(ы):

Прохоров А.О.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Прохоров А. О.
Протокол заседания кафедры No ___ от "____" _____ 201__г

Учебно-методическая комиссия Института психологии и образования (отделения психологии):
Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__г

Регистрационный No 801179818

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) профессор, д.н. (доцент) Фахрутдинова Л.Р. кафедра общей психологии Институт психологии и образования , Liliya.Fahrutdinova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

изучить теорию и практику рекламных технологий

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.2 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 37.03.01 Психология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 5 курсе, 9 семестр.

Данная учебная дисциплина опирается на входные знания, умения и компетенции, полученные по основным психологическим дисциплинам, изучаемым в бакалавриате: 'Общая психология'. 'Социальная психология', 'Дифференциальная психология', ' и др.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью к поиску, критическому анализу, систематизации и обобщению научной информации, к постановке целей исследования и выбору оптимальных методов и технологий их достижения
ПК-3 (профессиональные компетенции)	готовностью модифицировать, адаптировать существующие и создавать новые методы и методики научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии с использованием современных информационных технологий
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью разрабатывать и использовать инновационные психологические технологии для решения новых задач в различных областях профессиональной практики

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

основные психологические механизмы, применяемые в рекламных технологи

ях

2. должен уметь:

проводить психологический анализ рекламных технологий

3. должен владеть:

теорией и практикой рекламных технологий

4. должен демонстрировать способность и готовность:

анализировать и применять рекламные технологии в практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 9 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. Методологические основания психологии рекламы	9		2	4	0	
2.	Тема 2. Основные рекламные технологии	9		2	6	0	
.	Тема . Итоговая форма контроля	9		0	0	0	Зачет
	Итого			4	10	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Методологические основания психологии рекламы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие рекламы. Рекламный прессинг. Рекламный базис.Психоаналитические модели рекламных технологий. Когнитивное направление рекламных технологий. Этапы покупки в сознании потребителей.Гуманистический подход в рекламных технологиях.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие рекламы. Рекламный прессинг. Рекламный базис.Психоаналитические модели рекламных технологий. Когнитивное направление рекламных технологий. Этапы покупки в сознании потребителей.Гуманистический подход в рекламных технологиях.

Тема 2. Основные рекламные технологии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Оценка психологической эффективности рекламы качественными методами.Рекламная технология DAGMAR. Рекламная технология DIBABA.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Оценка психологической эффективности рекламы качественными методами.Рекламная технология DAGMAR. Рекламная технология DIBABA.

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. Методологические основания психологии рекламы	9		подготовка к устному опросу	24	устный опрос
2.	Тема 2. Основные рекламные технологии	9		подготовка эссе	30	эссе
	Итого				54	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

По концепции усвоения - развивающие технологии.

По ориентации на личностные структуры - информационные, технологии саморазвития, эвристические.

По организационным формам - классно-урочные, индивидуальные, групповые.

По типу управления познавательной деятельностью - классическое лекционное обучение, обучение с помощью аудиовизульных технических средств, обучение с помощью учебной книги, система 'малых групп', т.е. групповые и дифференцированные способы обучения.

По отношению к учащемуся - личностно-ориентированные, гуманно-личностные, технологии сотрудничества.

По методу обучения - объяснительно-иллюстративные, игровые, диалогические, проблемно-поисковые, информационные, развивающее обучение.

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

Тема 1. Методологические основания психологии рекламы

устный опрос, примерные вопросы:

1. Понятие рекламы. Рекламный прессинг. Рекламный базис. 2. Психоаналитические модели рекламных технологий. 3. Когнитивное направление рекламных технологий. Этапы покупки в сознании потребителей. 4. Классификация методов психологического воздействия в рекламных технологиях.

Тема 2. Основные рекламные технологии

эссе, примерные темы:

На тему: "Проанализируйте рекламные технологии на примере отдельного случая"

Итоговая форма контроля

зачет

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие рекламы. Рекламный прессинг. Рекламный базис.
2. Психоаналитические модели рекламных технологий.
3. Использование метода семантического дифференциала в рекламной практике.
4. общей психологии
5. Когнитивное направление рекламных технологий. Этапы покупки в сознании потребителей.
6. Классификация методов психологического воздействия в рекламных технологиях.
7. Рекламная технология DIBABA.

ЭЛЕКТРОННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА КФУ

8. Манипулятивные технологии в работе с потребителями.
9. Рекламная технология DAGMAR
10. Иерархическая модель в рекламных технологиях.
11. Гуманистический подход в рекламных технологиях.
12. Работа с фокус-группами в рекламных технологиях.
13. Когнитивное направление рекламных технологий: модель обладания

7.1. Основная литература:

1. Гуревич П.С. Психология рекламы / Гуревич П.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с.: ISBN 5-238-00936-4.-URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=882356

2. Лебедева Л.В. Психология рекламы. М6 ФЛИНТА, 2013. - URL: http://znanium.com/bookread2.php?book=466135

4. Психология рекламы: Учебное пособие / Р.И. Мокшанцев; Науч. ред. М.В. Удальцова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 232 с. - URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960

5. Психология и социология в рекламе: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2012. - 218 с. - URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=255010

7.2. Дополнительная литература:

Андреева Ю.В. Психология имиджа и рекламы : концепции, технологии, стратегии эффективности : инновац. учеб. курс / Ю. В. Андреева .? Казань : Центр инновац. технологий, 2006 .? 355 с.

Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - М.: РИОР, 2007. - 224 с.- URL: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=126254

Психология рекламы: Учеб. пособие / Р.И. Мокшанцев; Науч. ред. М.В. Удальцова; НГА экономики и управления. - М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сиб. согл., 2008. - 230 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=137016

Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 272 с. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=466157

Костина А.В. Основы рекламы : учебное пособие : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин .? 3-е изд., стер. ? Москва : Кнорус, 2010 .? 399 с
7

7.3. Интернет-ресурсы:

БиблиоРоссика - www.bibliorossika.com

Большая онлайн библиотека - www.e-reading.club

Знаниум - www.znanium.com

Электронная бибилиотека - www.gumer.info

Электронная бибилиотека - www.royallib.com

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Рекламные технологии" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB,audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе " БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС " БиблиоРоссика " представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань" , доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента" , доступ к которой предоставлен студентам. Электронная библиотечная система "Консультант студента" предоставляет полнотекстовый доступ к современной учебной литературе по основным дисциплинам, изучаемым в медицинских вузах (представлены издания как чисто медицинского профиля, так и по естественным, точным и общественным наукам). ЭБС предоставляет вузу наиболее полные комплекты необходимой литературы в соответствии с требованиями государственных образовательных стандартов с соблюдением авторских и смежных прав.

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета (аудитории) достаточного для размещения группы студентов.

Оборудование учебного кабинета: учебные столы и стулья, рабочий стол преподавателя, кафедра, освещение, аудиторная доска.

Реализация учебной дисциплины требует аудитории, специально оборудованные мультимедийными демонстрационными комплексами.

Оборудование учебного кабинета: мультимедийные и демонстрационные комплексы.

Технические средства обучения: интерактивная доска, ноутбук, проектор.

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

Автор(ы):
Фахрутдинова Л.Р. _____
"__" _____ 201 __ г.

Рецензент(ы):
Прохоров А.О. _____
"__" _____ 201 __ г.