

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Психология рекламы»**

42.03.01, Реклама и связи с общественностью, Бакалавриат
Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах,

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Психология рекламы

части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений

очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3 / 108
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов целостного представления о психологических знаниях как необходимых для эффективной рекламной деятельности.
Содержание дисциплины	Тема 1. Предмет, история психологии рекламы ; Тема 2. Основные направления психологии рекламы; Тема 3. Методы исследования в психологии рекламы; Тема 4. Психология познавательных процессов в рекламе; Тема 5. Психология эмоций в рекламе; Тема 6. Психология мотивационно-потребностной сферы в психологии; Тема 7. Технологии рекламной деятельности. Основные методы воздействия в рекламе
Формируемые компетенции (коды)	ПК-1, ПК-4
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ПК-1.1 Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; ПК-1.2 Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью; ПК-1.3 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-4.1 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; ПК-4.2 Разрабатывает концепции продвижения товаров и услуг, формирует маркетинговые стратегии; ПК-4.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами)

Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью; Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью; Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и связей с общественностью; Практика по получению профессиональных умений и опыта маркетинговой деятельности; Проектный менеджмент и экономика в рекламе и связях с общественностью; Современная пресс-служба; Мастер- класс "Тренинг публичного выступления"; Основы брендинга; Социальная психология в рекламе и связях с общественностью; Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью; Теория и практика рекламы и связей с общественностью; Введение в специальность рекламы и связи с общественностью; Психология делового общения и переговорного процесса; Антикризисный PR; Методология и методы исследований в коммуникационной сфере; Преддипломная практика
Образовательные технологии	Лекционные занятия, Практические занятия, СРС
Форма промежуточной аттестации	Зачет