

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 23.08.2022 11:44:38  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»



Утверждаю:  
Руководитель ООП «Психология»:  
к.психол.н., доцент  
*Л.А. Станова* Л.А. Станова  
«30»августа 2021 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)  
**ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Направление подготовки

**37.03.01 ПСИХОЛОГИЯ**

Профиль подготовки

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ ПСИХОЛОГИЯ**

Для студентов 4 курса очной формы обучения

5 курса заочной форм обучения

Составитель: к.психол.н., доцент Сучкова О.В.

Тверь, 2021 г.

## **I. Аннотация**

### **1. Наименование дисциплины в соответствии с учебным планом –**

Психология рекламы и массовой коммуникации

### **2. Цель и задачи дисциплины**

**Целью** освоения дисциплины является: формирование знаний и умений психолога, связанных с анализом эффективности продукта, психологических аспектов воздействия в области рекламы и массовой коммуникации.

**Задачами** освоения дисциплины являются:

1. Изучение видов рекламы и МК (массовой коммуникации).
2. Формирование умений анализировать эффективность рекламной продукции и социальной рекламы.
3. Формирование умений оценивать роль мотивации и познавательных процессов при создании и оценки рекламы.

### **3. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана. Она связана с предшествующими дисциплинами программы бакалавриата направления «Психология»: «Социальная психология», «Общая психология», «Практикум по социально-психологической диагностике», «Экономика».

Требования к «входным» знаниям и умениям обучающегося: знание понятий: коммуникация, мотивация, психические познавательные процессы. Умение применять опросные методы: анкетирование, интервьюирование. Способность к самоорганизации и самообразованию. Способность к постановке профессиональных задач в области научно-исследовательской и практической деятельности.

Данная дисциплина предшествует преддипломной практике.

### **4. Объем дисциплины:**

3 зачетные единицы, 108 академических часа, в том числе

## **Очная форма обучения**

**контактная работа:** лекционные – 18 часов, практические занятия 36 часов, в т.ч. практическая подготовка 6 часов, **самостоятельная работа:** 18 часов, **контроль:** 36 часов.

## **Заочная форма обучения**

**контактная работа:** лекционные – 4 часа, практические занятия 8 часов, **самостоятельная работа:** 87 часов, **контроль:** 9 часов.

## **5. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Требования к результатам обучения</b> В результате изучения дисциплины студент должен:
<b>ПК-8</b> Способность к проведению стандартного прикладного исследования в определённой области психологии	<b>Владеть:</b> - навыками самостоятельного проведения стандартного прикладного исследования в определённой области психологии; <b>Уметь:</b> - ставить профессиональные задачи в области научно-исследовательской и практической деятельности; - представлять информацию по результатам проведенного исследования; - подбирать методические инструменты, адекватные поставленным задачам и с учетом особенностей респондентов; - анализировать различные виды рекламы и оценивать ее воздействие на аудиторию. <b>Знать:</b> - методы и этапы исследования в целях создания проекта рекламы.

## **6. Форма промежуточной аттестации экзамен.**

## **7. Язык преподавания русский.**