

Аккредитованное образовательное частное учреждение
высшего образования
«Московский финансово-юридический университет МФЮА»
Кировский филиал



О.К. Акулова
2016 г.

**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН**

Направление подготовки

37.03.01 Психология

Профиль подготовки

Психологическое консультирование

Общая психология

Квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Киров
2016

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Психология рекламы и PR»

Цель: овладение студентами базовыми знаниями и умениями в области психологии рекламы, необходимыми для успешной реализации профессиональной деятельности: успешного применения основных методов исследования потребительских интересов; приобретение навыков работы с основными психологиями рекламных средств.

Задачи: Ознакомить студентов с основными проблемами психологии рекламы; рассмотреть виды рекламных средств, их особенности, элементы; научить студентов психологическим приемам и техникам в рекламе и с пользой владеть ими.

Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник должен обладать следующими компетенциями (согласно матрице компетенций):

- способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-7);
- способностью к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии (ПК-8).

Содержание дисциплины: Общетеоретические функции в рекламе. Прикладные вопросы психотехнологии рекламных средств. Проблема психологической эффективности в рекламе.

В результате изучения дисциплины выпускник должен:

знать:

- понятие, функции, цели и виды рекламы;
- когнитивные, поведенческие и эмоциональные аспекты рекламного воздействия;
- структуру потребностей и мотивы с позиции рекламного дела;
- установки и стереотипы в рекламной практике;
- теорию и методику психотехнического анализа рекламы;
- психотехнологии рекламных средств без обратной связи и с обратной связью;
- психотехнологии рекламного текста без обратной связи;
- суггестивные психотехнологии в рекламе;
- психотехнологии торговых ярмарок и выставок;
- психотехнологии эффективных презентаций; метод фокус-групп в исследовании рекламных интересов;
- психологию света, цвета и формы в рекламе;

уметь:

- выявлять возможные стереотипы потенциальных покупателей, корректировать стереотипы с помощью рекламного воздействия; проводить «мозговой штурм»;

- формировать покупательское поведение под влиянием рекламной кампании;
- формировать образ товара;
- использовать в исследовании потребительских интересов метод фокус-групп.

Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Психология рекламы и PR» представляет собой дисциплину профиля «Общая психология». Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения обучающихся, приобретенные в результате изучения таких предшествующих дисциплин как «Общая психология», «Профессиология», «Психология общения». Знания, умения и навыки, приобретаемые на учебной дисциплине «Психология рекламы и PR», помогают решать задачи профессиональной подготовки психолога.