|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  | Приложение к ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (высшее образование - бакалавриат), Направленность (профиль) программы «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации», утв. приказом ректора ОмГА от 30.08.2021 №94. |
| Частное учреждение образовательная организация высшего образования«Омская гуманитарная академия» |
| Кафедра "Педагогики, психологии и социальной работы" |
|  |  |  |  |  |  |  | УТВЕРЖДАЮ |
|  |  |  |  |  |  |  | Ректор, д.фил.н., профессор\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.Э. Еремеев |
|  |  |  |  |  |  |  | 30.08.2021 г. |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ |
|  |  |  | Психология рекламы и связей с общественностьюБ1.О.06.12 |  |
| по программе бакалавриата |
|  | Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (высшее образование - бакалавриат)Направленность (профиль) программы: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации»Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. |
| Области профессиональной деятельности. 06.СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. |
| *Профессиональные стандарты:* |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **06** | СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ |
| **06.009** | СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ |
|  |
| **06.013** | СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ |
| *Типы задач профессиональной деятельности:* | авторский, маркетинговый, организационный, технологический |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Для обучающихся:** |
| заочной формы обучения 2019 года наборана 2021-2022 учебный годОмск, 2021 |

|  |
| --- |
| Составитель:, старший преподаватель Довгань О.В.Рабочая программа дисциплины одобрена на заседании кафедры «Педагогики, психологии и социальной работы»Протокол от 30.08.2021 г. №1 |
| Зав. кафедрой, доцент, д.п.н. Лопанова Е.В. |

|  |
| --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** |
|  |
| 1 Наименование дисциплины2 Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций3 Указание места дисциплины в структуре образовательной программы4 Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся5 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины9 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины10 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем11 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине12 Фонд оценочных средств (Приложения 1-5) |

|  |
| --- |
| ***Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с:*** |
| - Федеральным законом Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;- Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (далее - ФГОС ВО, Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования);- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415, (далее - Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования).Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с локальными нормативными актами ЧУОО ВО «Омская гуманитарная академия» (далее – Академия; ОмГА):- «Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о порядке разработки и утверждения образовательных программ», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о практической подготовке обучающихся», одобренным на заседании Ученого совета от 28.09.2020 (протокол заседания №2), Студенческого совета ОмГА от 28.09.2020 (протокол заседания №2);- «Положением об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе, ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08. 2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- «Положением о порядке разработки и утверждения адаптированных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программам магистратуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов», одобренным на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденным приказом ректора от 28.08.2017 №37;- учебным планом по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы: «Информационные и коммуникационные технологии в сфере продвижения продукции средств массовой информации»; форма обучения – заочная на 2021/2022 учебный год, утвержденным приказом ректора от 30.08.2021 №94;Возможность внесения изменений и дополнений в разработанную Академией образовательную программу в части рабочей программы дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» в течение 2021/2022 учебного года:при реализации образовательной организацией основной профессиональной образовательной программы высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; заочная форма обучения в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации в сфере образования, Уставом Академии, локальными нормативными актами образовательной |

|  |
| --- |
| организации при согласовании со всеми участниками образовательного процесса. |
| **1. Наименование дисциплины: Б1.О.06.12 «Психология рекламы и связей с общественностью».****2. Формируемые у обучающегося компетенции и запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:** |
| В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 г. № 512 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью» при разработке основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников соотнесенные с индикаторами достижения компетенций.Процесс изучения дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» направлен на формирование у обучающегося компетенций и запланированных результатов обучения, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций: |
| **Код компетенции: ОПК-4****Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности** |
| **Индикаторы достижения компетенции:** |
| ОПК-4.1 знать запросы и потребности общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.3 знать основные инструменты поиска информации |
| ОПК-4.4 знать запросы и потребности целевых аудиторий |
| ОПК-4.5 уметь анализировать социологические данные |
| ОПК-4.6 уметь использовать социологические методы исследования запросов и потребностей общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.7 уметь создавать рекламные тексты и (или) продукты с учетом запросов определенной целевой аудитории |
| ОПК-4.8 уметь создавать рекламные тексты и (или) продукты коммуникационной направленности |
| ОПК-4.9 владеть навыками анализа социологических данных |
| ОПК-4.10 владеть навыками использования социологических методов исследования запросов и потребностей общества, отдельных аудиторных групп |
| ОПК-4.11 владеть навыками создания рекламных текстов и (или) продуктов с учетом запросов определенной целевой аудитории |
| ОПК-4.12 владеть навыками создания рекламных текстов и (или) продуктов коммуникационной направленности |
|  |
| **3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы** |
| Дисциплина Б1.О.06.12 «Психология рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части, является дисциплиной Блока Б1. «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки основной профессиональной образовательной программы высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. |

|  |  |
| --- | --- |
| Содержательно-логические связи | Кодыформи-руемыхкомпе-тенций |
| Наименование дисциплин, практик |
| на которые опирается содержание данной учебной дисциплины | для которых содержание данной учебной дисциплины является опорой |
| Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | ОПК-4 |
| **4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся** |
| Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часовИз них: |
| Контактная работа | 10 |
| *Лекций* | 4 |
| *Лабораторных работ* | 0 |
| *Практических занятий* | 6 |
| *Семинарских занятий* | 0 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 94 |
| Контроль | 4 |
|  |  |  |  |  |  |
| Формы промежуточной аттестации | зачеты 4 |
|  |  |  |  |  |  |
| **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий****5.1. Тематический план** |
|  |  |  |  |  |  |
| Наименование раздела дисциплины | Вид занятия | Курс | Часов |
|  |  |  |  |
| Реклама и PR как социально-экономические явления. | Лек | 4 | 2 |
| Состояние проблемы изучения рекламы в психологии. | Лек | 4 | 2 |
| Психологические аспекты экономического поведения человека. | Лек | 4 | 0 |
| Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламнойдеятельности. | Лек | 4 | 0 |
| Особенности психического отражения рекламной продукции. | Лек | 4 | 0 |
| Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовойинформации. | Лек | 4 | 0 |
| Современные экспериментальные исследования в рекламе. | Лек | 4 | 0 |
| Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. | Лек | 4 | 0 |
| Реклама и PR как социально-экономические явления. | Пр | 4 | 0 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Состояние проблемы изучения рекламы в психологии. | Пр | 4 | 0 |
| Психологические аспекты экономического поведения человека. | Пр | 4 | 0 |
| Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламнойдеятельности. | Пр | 4 | 2 |
| Особенности психического отражения рекламной продукции. | Пр | 4 | 2 |
| Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовойинформации. | Пр | 4 | 0 |
| Современные экспериментальные исследования в рекламе. | Пр | 4 | 2 |
| Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью. | Пр | 4 | 0 |
|  | СР | 4 | 94 |
|  | За | 4 | 4 |
|  | К | 4 | 0 |
| Всего |  |  | 108 |
| \* Примечания:а) Для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося, в том числе при ускоренном обучении:При разработке образовательной программы высшего образования в части рабочей программы дисциплины согласно требованиям частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пунктов 16, 38 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимся, который имеет среднее профессиональное или высшее образование, и (или) обучается по образовательной программе высшего образования, и (или) имеет способности и (или) уровень развития, позволяющие освоить образовательную программу в более короткий срок по сравнению со сроком получения высшего образования по образовательной программе, установленным Академией в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ускоренное обучение такого обучающегося по индивидуальному учебному плану в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации).б) Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов:При разработке адаптированной образовательной программы высшего образования, а для инвалидов - индивидуальной программы реабилитации инвалида в соответствии с требованиями статьи 79 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; раздела III Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), Федеральными и локальными нормативными актами, Уставом Академии образовательная организация устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (инвалидов) (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).в) Для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»: |

|  |
| --- |
| При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиями частей 3-5 статьи 13, статьи 30, пункта 3 части 1 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273- ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 20 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающимися, зачисленными для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 № 84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», в течение установленного срока освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования с учетом курса, на который они зачислены (указанный срок может быть увеличен не более чем на один год по решению Академии, принятому на основании заявления обуча-ющегося).г) Для лиц, осваивающих образовательную программу в форме самообразования (если образовательным стандартом допускается получение высшего образования по соответствующей образовательной программе в форме самообразования), а также лиц, обучавшихся по не имеющей государственной аккредитации образовательной программе:При разработке образовательной программы высшего образования согласно требованиям пункта 9 части 1 статьи 33, части 3 статьи 34 Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»; пункта 43 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 (зарегистрирован Минюстом России 14.07.2017, регистрационный № 47415), объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся образовательная организация устанавливает в соответствии с утвержденным индивидуальным учебным планом при освоении образовательной программы обучающегося, зачисленного в качестве экстерна для прохождения промежуточной и(или) государственной итоговой аттестации в Академию по соответствующей имеющей государственную аккредитацию образовательной программе в порядке, установленном соответствующим локальным нормативным актом образовательной организации. |
| **5.2 Содержание дисциплины** |
| **Темы лекционных занятий** |
| **Реклама и PR как социально-экономические явления.** |
| Общее понимание рекламы. Исторический обзор развития рекламы. Подходы к рекламе(суггестивный, маркетинговый, «адвертологический» подходы). Система маркетинга.Маркетинговые коммуникации. Реклама как элемент системы маркетинговыхкоммуникаций. Типы рекламных коммуникаций. Классификации рекламы. Коммерческаяи некоммерческая (политическая и социальная) реклама. Деловая и потребительскаяреклама. Федеральная, региональная и местная реклама. |
| **Состояние проблемы изучения рекламы в психологии.** |
| Основные подходы к изучению рекламы. Реклама как вид деятельности. Основныенаправления исследований в области психологии рекламы. Понятие психологическойэкспертизы рекламы. Реклама как особый вид массовой коммуникации. |
| **Психологические аспекты экономического поведения человека.** |
| Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения.Психологическая классификация потребностей. Психологические типы потребителей.Брэндинг как инструмент сегментирования рынка. Рекламная деятельность как диалог. |
| **Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной****деятельности.** |
| Реклама как коммуникация. Потребность в общении и социализация личности.Социализация и индивидуальность. Психологические основы рекламных коммуникаций.Социальные оценки. Социальные сравнения. Социальная мода. Имидж и брэнд как |

|  |
| --- |
| средство социальной стратификации. Человек как субъект рекламных коммуникаций. |
| **Особенности психического отражения рекламной продукции.** |
| Ощущение и восприятие рекламной продукции: оптимальная сила слуховых и зрительныхраздражителей, целостность восприятия рекламы. Внимание в рекламе: конкуренция нарекламном рынке, способы привлечения внимания, характеристики внимания,«айстоперы», проблема избыточности привлечения внимания. Организация запоминаниярекламной информации. Мышление и эмоции потребителя: рациональное иэмоциональное восприятие рекламы. |
| **Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой****информации.** |
| Проблемы психологической экспертизы рекламы. Методы оценки эффективностирекламы. Этические проблемы рекламы. Организация психологической экспертизырекламы. Печатная реклама. Газетная и журнальная реклама. Особенности восприятиярекламного текста и графики в газете и журнале. Реклама на радио, особенностивосприятия информации на слух. Телевизионная реклама: специфика, закономерностивосприятия. Наружная реклама (биллборды, растяжки, витрины, баннеры, штендеры,лайтбоксы и т.д.). Сувенирная реклама, реклама на транспорте, интернет-реклама. |
| **Современные экспериментальные исследования в рекламе.** |
| Гендерные аспекты рекламы. Этнопсихологические особенности рекламы. Личностныеоснования рекламного воздействия (ценностные ориентации личности, особенностихарактера и т.п.). Концепция социально-этичного маркетинга. Психологическиеисследования содержательных и формально-динамических характеристик рекламы. |
| **Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью.** |
| Понятие PR, отличие от рекламы. Планирование и проведение PRкампаний.Психологические аспекты организации и проведение специальных мероприятий(презентации, выставки, пресс-конференции и др.). Разработка стратегии и тактикикорпоративной и имиджевой политики. Установление и поддержание связи со СМИ,рекламными и PR-агентствами, государственными и общественными PR-структурами. |
| **Темы практических занятий** |
| **Реклама и PR как социально-экономические явления.** |
| Общее понимание рекламы. Исторический обзор развития рекламы. Подходы к рекламе(суггестивный, маркетинговый, «адвертологический» подходы). Система маркетинга.Маркетинговые коммуникации. Реклама как элемент системы маркетинговыхкоммуникаций. Типы рекламных коммуникаций. Классификации рекламы. Коммерческаяи некоммерческая (политическая и социальная) реклама. Деловая и потребительскаяреклама. Федеральная, региональная и местная реклама. |
| **Состояние проблемы изучения рекламы в психологии.** |
| Основные подходы к изучению рекламы. Реклама как вид деятельности. Основныенаправления исследований в области психологии рекламы. Понятие психологическойэкспертизы рекламы. Реклама как особый вид массовой коммуникации. |
| **Психологические аспекты экономического поведения человека.** |
| Психологические аспекты совершения покупок: выбор, принятие решения.Психологическая классификация потребностей. Психологические типы потребителей.Брэндинг как инструмент сегментирования рынка. Рекламная деятельность как диалог. |

|  |
| --- |
| **Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной****деятельности.** |
| Реклама как коммуникация. Потребность в общении и социализация личности.Социализация и индивидуальность. Психологические основы рекламных коммуникаций.Социальные оценки. Социальные сравнения. Социальная мода. Имидж и брэнд каксредство социальной стратификации. Человек как субъект рекламных коммуникаций. |
| **Особенности психического отражения рекламной продукции.** |
| Ощущение и восприятие рекламной продукции: оптимальная сила слуховых и зрительныхраздражителей, целостность восприятия рекламы. Внимание в рекламе: конкуренция нарекламном рынке, способы привлечения внимания, характеристики внимания,«айстоперы», проблема избыточности привлечения внимания. Организация запоминаниярекламной информации. Мышление и эмоции потребителя: рациональное иэмоциональное восприятие рекламы. |
| **Психологические особенности размещения рекламы в различных средствах массовой****информации.** |
| Проблемы психологической экспертизы рекламы. Методы оценки эффективностирекламы. Этические проблемы рекламы. Организация психологической экспертизырекламы. Печатная реклама. Газетная и журнальная реклама. Особенности восприятиярекламного текста и графики в газете и журнале. Реклама на радио, особенностивосприятия информации на слух. Телевизионная реклама: специфика, закономерностивосприятия. Наружная реклама (биллборды, растяжки, витрины, баннеры, штендеры,лайтбоксы и т.д.). Сувенирная реклама, реклама на транспорте, интернет-реклама. |
| **Современные экспериментальные исследования в рекламе.** |
| Гендерные аспекты рекламы. Этнопсихологические особенности рекламы. Личностныеоснования рекламного воздействия (ценностные ориентации личности, особенностихарактера и т.п.). Концепция социально-этичного маркетинга. Психологическиеисследования содержательных и формально-динамических характеристик рекламы. |
| **Психологические аспекты деятельности по связи с общественностью.** |
| Понятие PR, отличие от рекламы. Планирование и проведение PRкампаний.Психологические аспекты организации и проведение специальных мероприятий(презентации, выставки, пресс-конференции и др.). Разработка стратегии и тактикикорпоративной и имиджевой политики. Установление и поддержание связи со СМИ,рекламными и PR-агентствами, государственными и общественными PR-структурами. |

|  |
| --- |
| **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине** |
| 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Психология рекламы и связей с общественностью» / Довгань О.В.. – Омск: Изд-во Омской гуманитарной академии, 0.2. Положение о формах и процедуре проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37.3. Положение о правилах оформления письменных работ и отчётов обучающихся, одобренное на заседании Ученого совета от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 29.08.2016 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 01.09.2016 № 43в.4. Положение об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренном обучении, студентов, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, магистратуры, одобренное на заседании Ученого совета от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), Студенческого совета ОмГА от 28.08.2017 (протокол заседания № 1), утвержденное приказом ректора от 28.08.2017 №37. |
| **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины****Основная:** |
| 1. Психология рекламы и PR / Коноваленко М. Ю., Ясин М. И.. - Москва: Юрайт, 2021. - 393 с . - ISBN: 978-5-534-00765-7. - URL: <https://urait.ru/bcode/468786>  |
| 2. Психология рекламы / Бородина, Н. В., Щетинина, Е. В.. - Психология рекламы - Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. - 106 с. - ISBN: 2227-8397. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/106582.html>  |
|  | *Дополнительная:* |
| 1. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге / Душкина М. Р.. - Москва: Юрайт, 2021. - 259 с . - ISBN: 978-5-534-12786-7. - URL: <https://urait.ru/bcode/476773>  |
| 2. Социология и психология рекламы в 2 т. Том 1 / Гуревич П. С.. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2021. - 315 с . - ISBN: 978-5-534-09048-2. - URL: <https://urait.ru/bcode/475209>  |
| **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины** |
| 1. ЭБС IPRBooks Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>2. ЭБС издательства «Юрайт» Режим доступа: <http://biblio-online.ru>3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Режим доступа: <http://window.edu.ru/>4. Научная электронная библиотека e-library.ru Режим доступа: <http://elibrary.ru>5. Ресурсы издательства Elsevier Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com>6. Федеральный портал «Российское образование» Режим доступа: [www.edu.ru](http://www.edu.ru)7. Журналы Кембриджского университета Режим доступа: <http://journals.cambridge.org>8. Журналы Оксфордского университета Режим доступа: <http://www.oxfordjoumals.org>9. Словари и энциклопедии на Академике Режим доступа: <http://dic.academic.ru/>10. Сайт Библиотеки по естественным наукам Российской академии наук. Режим доступа: <http://www.benran.ru>11. Сайт Госкомстата РФ. Режим доступа: <http://www.gks.ru>12. Сайт Российской государственной библиотеки. Режим доступа: <http://diss.rsl.ru>13. Базы данных по законодательству Российской Федерации. Режим доступа: <http://ru.spinform.ru>Каждый обучающийся Омской гуманитарной академии в течение всего периода обучения |

|  |
| --- |
| обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе (электронной библиотеке) и к электронной информационно-образовательной среде Академии. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно- телекоммуникационной сети «Интернет», и отвечает техническим требованиям организации как на территории организации, так и вне ее.Электронная информационно-образовательная среда Академии обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы; проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет». |
| **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины** |
| К современному специалисту общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных способностей и умений самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения через участие в практических занятиях, выполнение контрольных заданий и тестов. При этом самостоятельная работа обучающихся играет решающую роль в ходе всего учебного процесса. Успешное освоение компетенций, формируемых данной учебной дисциплиной, предполагает оптимальное использование времени самостоятельной работы. Целесообразно посвящать до 20 минут изучению конспекта лекции в тот же день после лекции и за день перед лекцией. Теоретический материал изучать в течение недели до 2 часов, а готовиться к практическому занятию по дисциплине до 1.5 часов.Для понимания материала учебной дисциплины и качественного его усвоения рекомендуется такая последовательность действий:⦁ после прослушивания лекции и окончания учебных занятий, при подготовке к занятиям следующего дня нужно сначала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры;⦁ при подготовке к лекции следующего дня нужно просмотреть текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть тема следующей лекции;⦁ в течение недели выбрать время для работы с литературой по учебной дисциплине в библиотеке и для решения задач;⦁ при подготовке к практическим /семинарским/лабораторным занятиям повторить основные понятия и формулы по теме домашнего задания, изучить примеры;⦁ решая упражнение или задачу, предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать; наметить план решения, попробовать на его основе решить 1-2 аналогичные задачи. При решении задач всегда необходимо комментировать свои действия и не забывать о содержательной интерпретации.Рекомендуется использовать методические указания и материалы по учебной дисциплине, текст лекций, а также электронные пособия.Теоретический материал курса становится более понятным, когда дополнительно к прослушиванию лекций изучаются научная литература по данной учебной дисциплине. Полезно использовать несколько учебников, однако легче освоить курс, придерживаясь одного учебника и конспекта. Рекомендуется, кроме «заучивания» материала, добиться понимания изучаемой темы дисциплины. С этой целью после прочтения очередной главы желательно выполнить несколько простых упражнений на соответствующую тему. Кроме того, очень полезно мысленно задать себе и попробовать ответить на следующие |

|  |
| --- |
| вопросы: о чем эта глава, какие новые понятия в ней введены, каков их смысл. При изучении теоретического материала всегда полезно выписывать формулы и графики.При выполнении домашних заданий и подготовке к контрольной работе необходимо сначала прочитать теорию и изучить примеры по каждой теме. Решая конкретную задачу, предварительно следует понять, что требуется в данном случае, какой теоретический материал нужно использовать, наметить общую схему решения. При решении задачи «по образцу» рассмотренного на аудиторном занятии или в методическом пособии примера, то желательно после этого обдумать процесс решения и попробовать решить аналогичную задачу самостоятельно.При подготовке к промежуточной аттестации необходимо освоить теоретические положения данной дисциплины, разобрать определения всех понятий и постановки моделей, описывающих процессы, рассмотреть примеры и самостоятельно решить несколько типовых задач из каждой темы. Дополнительно к изучению конспектов лекций необходимо пользоваться учебниками по учебной дисциплине. |
| **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем** |
| Перечень программного обеспечения• Microsoft Windows 10 Professional• Microsoft Windows XP Professional SP3• Microsoft Office Professional 2007 Russian• Cвободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice 6.0.3.2 Stable• Антивирус Касперского• Cистема управления курсами LMS Русский Moodle 3KLСовременные профессиональные базы данных и информационные справочные системы: |
| • Сайт Федеральной службы государственной статистики РФ [www.gks.ru](http://www.gks.ru) |
| • Сайт Правительства РФ [www.government.ru](http://www.government.ru) |
| • Сайт Президента РФ <http://www.president.kremlin.ru> |
| • Сайт "Права человека в Российской Федерации" <http://www.ict.edu.ru> |
| • Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» |
| • Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшегообразования <http://fgosvo.ru> |
| • Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru> |
| • Справочная правовая система «Гарант» <http://edu.garant.ru/omga/> |
| • Справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/edu/student/study/> |
| **Электронная информационно-образовательная среда** |
| Электронная информационно-образовательная среда Академии, работающая на платформе LMS Moodle, обеспечивает:• доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем ( ЭБС IPRBooks, ЭБС Юрайт ) и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;• фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;• проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;• формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;• взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе |

|  |
| --- |
| синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:• сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;• обработка текстовой, графической и эмпирической информации;• подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;• самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;• использование электронной почты преподавателями и обучающимися для рассылки информации, переписки и обсуждения учебных вопросов.• компьютерное тестирование;• демонстрация мультимедийных материалов. |
|  |
| **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине** |
| Для осуществления образовательного процесса Академия располагает материально- технической базой, соответствующей противопожарным правилам и нормам, обеспечивающим проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных рабочей программой дисциплины.Специальные помещения представляют собой учебные аудитории учебных корпусов, расположенных по адресу г. Омск, ул. 4 Челюскинцев, 2а, г. Омск, ул. 2 Производственная, д. 41/11. Для проведения лекционных занятий: учебные аудитории, материально-техническое оснащение которых составляют: столы аудиторные; стулья аудиторные; стол преподавателя; стул преподавателя; кафедра, ноутбуки; операционная система Microsoft Windows XP, Microsoft Office Professional Plus 2007, LibreOffice Writer, LibreOffice Calc, LibreOffice Impress, LibreOffice Draw, LibreOffice Math, LibreOffice Base; 1С:Предпр.8 - комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях; Линко V8.2, Moodle, BigBlueButton, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант»; актовый зал, материально-техническое оснащение которого составляют: Кресла, Кафедра, стол, микше, микрофон, аудио-видео усилитель, ноутбук, Операционная система Microsoft Windows 10, Microsoft Office Professional Plus 2007;2. Для проведения практических/семинарских занятий: учебные аудитории, лингофонный кабинет материально-техническое оснащение которых составляют: столы аудиторные; стулья аудиторные; стол преподавателя; стул преподавателя; наглядные материалы; кафедра, ноутбуки; операционная система Microsoft Windows 10, Microsoft Office Professional Plus 2007, LibreOffice Writer, LibreOffice Calc, LibreOffice Impress, LibreOffice Draw, LibreOffice Math, LibreOffice Base; 1С: Предпр.8 - комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях; Линко V8.2; Moodle, BigBlueButton, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовые системы «Консультант плюс», «Гарант»; электронно- библиотечные системы «IPRbooks» и «ЭБС ЮРАЙТ».3. Для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации имеются учебные аудитории материально-техническое оснащение которых составляют: столы компьютерные, стол преподавательский, стулья, учебно-наглядные пособия: наглядно-дидактические материалы, доска пластиковая, видеокамера, компьютер (8 шт.), Линко V8.2, Операционная система Microsoft Windows XP, Microsoft Office Professional Plus 2007, LibreOffice Writer, LibreOffice Calc, LibreOffice Impress, LibreOffice Draw, LibreOffice Math, LibreOffice Base, Линко V8.2, 1С:Предпр.8.Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях, Moodle, BigBlueButton, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант», |

|  |
| --- |
| Электронно библиотечная система IPRbooks, Электронно библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)4. Для самостоятельной работы: аудитории для самостоятельной работы, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, библиотека, читальный зал, материально-техническое оснащение которых составляют: столы, специализированные стулья, столы компьютерные, компьютеры, стенды информационные, комплект наглядных материалов для стендов. Операционная система Microsoft Windows 10, Microsoft Office Professional Plus 2007, LibreOffice Writer, LibreOffice Calc, LibreOffice Impress, LibreOffice Draw, LibreOffice Math, LibreOffice Base, Moodle, BigBlueButton, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, Система контент фильтрации SkyDNS, справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант», Электронно библиотечная система IPRbooks, Электронно библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ». |