Документ подписан постой аректронной полиской редерации Информация о владельце:

ФИО: Худиф Адеральное тосударственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Должность: Ректор "Курский государственный университет"

Дата подписания: 22.02.2018 15:06:29

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0**Кафедра**, психологии

УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания Ученого совета от 24.04.2017 г., №10

Рабочая программа дисциплины Психология рекламы

Направление подготовки: 37.03.01 Психология

Профиль подготовки: Психология. Социальная психология

Квалификация: бакалавр

Факультет педагогики и психологии

Форма обучения: очная

2 3ET Общая трудоемкость

Виды контроля в семестрах:

зачет(ы) 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

| тистродологие загодинить по остострии | | | | | |
|-------------------------------------------|---------|-----|-------|-----|--|
| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 8 (4.2) | | Итого | | |
| Недель | 10 | | | | |
| Вид занятий | УП | РПД | УП | РПД | |
| Лекции | 10 | 10 | 10 | 10 | |
| Практические | 20 | 20 | 20 | 20 | |
| В том числе инт. | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Итого ауд. | 30 | 30 | 30 | 30 | |
| Контактная работа | 30 | 30 | 30 | 30 | |
| Сам. работа | 42 | 42 | 42 | 42 | |
| Итого | 72 | 72 | 72 | 72 | |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель освоения учебной дисциплины «Психология рекламы» является формирование у студентов-психологов системы знаний и навыков, необходимых для понимания психологических закономерностей, на которых основана рекламная коммуникация.

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | | |
|-------------------------------------|-----------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В.ДВ.7 | |

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-11: способностью к использованию дидактических приемов при реализации стандартных коррекционных, реабилитационных и обучающих программ по оптимизации психической деятельности человека

Знать:

основные подходы к психологическому воздействию на индивида, группы и сообщества

основные формы психологического сопровождения образовательного процесса

основы медиавоздействий, роль психических процессов в формировании рекламных образов

Уметь:

профессионально воздействовать на уровень развития и особенности познавательной и личностной сферы с целью гармонизации психического функционирования человека

управлять развитием познавательной и эмоционально-волевой сфер личности в процессе учебно-воспитательной деятельности

применять психологические знания при экспертизе безопасности рекламы

Владеть:

основными приёмами диагностики, профилактики, экспертизы, коррекции психологических свойств и состояний, характеристик психических процессов, различных видов деятельности индивидов и групп

приемами и навыками управления развитием и обучением индивидов и групп

способами этического анализа рекламных воздействий