

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Краюшкина М.В.  
Должность: Директор  
Дата подписания: 14.11.2023 08:31:47  
Уникальный программный ключ:  
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Университетский колледж»  
(АНО ПО «Университетский колледж»)**



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
учебной дисциплины профессионального  
учебного цикла

**ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ**

по специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 Реклама**

(код, наименование специальности)

Москва, 2023

**Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Положение о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования**

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП 05 «Психология рекламы»»**

**1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:**

Учебная дисциплина ОП 05 «Психология рекламы» является обязательной частью общепрофессионального цикла ПОП-П в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01 и ОК 04.

**1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Код умений	Умения	Код знаний	Знания
<b>ОК 01</b>		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части		
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации		этику решений спорных вопросов и конфликтных ситуаций в трудовых отношениях
<b>ОК 04</b>		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности		
		умение конструктивно взаимодействовать,		

		сотрудничать с другими на равных ради достижения высокого результата		
--	--	--	--	--

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	32-36
<b>в т.ч. в форме практической подготовки</b>	24-26
в т. ч.:	
теоретическое обучение	8-10
практические занятия	24-26
<i>Самостоятельная работа</i>	
<b>Промежуточная аттестация</b>	

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП 05 «Психология рекламы»**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч		Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	Код Н/У/З
1	2	3		4	
		Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%	Обязат. часть ОП		
<b>Введение</b>	Актуальные проблемы современной рекламы. Коммуникативная компетентность специалиста по рекламе			ОК 01	
<b>Раздел 1. Реклама как коммуникация</b>		<b>16/12</b>	<b>18/14</b>		
<b>Тема 01.01.</b> Социум–глобальная целевая аудитория.	<b>Содержание</b>				
	Массовая аудитория. Влияние на общественное мнение. Манипулирование, как технология воздействия на общественное мнение			ОК 01	
	Реклама как коммуникация.			ОК 01	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>				
	Семинар «Реклама как коммуникация»			ОК 01 ОК 04	
Семинар: «Поведенческий и эмоциональный аспекты рекламного воздействия»			ОК 04		
<b>Раздел 2 Психологическое воздействие рекламы на</b>		<b>16/12</b>	<b>18/12</b>		

<b>потребителя</b>					
<b>Тема</b>	<b>2.1</b>	<b>Содержание</b>			
<b>Психологические особенности восприятия рекламы</b>		Психологические аспекты принятия решений в сфере рекламы			ОК 01
		Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения Психологические особенности воздействия средств массовой информации. Особенности функционирования рекламы в средствах массовой информации.			ОК 01
		Особенности восприятия дизайна в рекламе			ОК 01
		Суггестативные технологии воздействия рекламы на потребителя			ОК 01
		Маркетинговые технологии воздействия рекламы на потребителя исследования потребностно-мотивационной сферы человека			ОК 01
		Психотехники, направленные на помощь в решении проблем			ОК 01
		Психоанализ рекламного обращения			ОК 01
		Психоанализ рекламного текста. Шрифт в рекламею Текст в рекламе- катализатор сбыта			ОК 01
		Анализ психографики рекламного текста			ОК 01
		Психоанализ и бессознательное в рекламе			ОК 01
		Менеджмент рекламных идей. Креатив и креативность. Идея.			ОК 01

	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>				
	<b>Семинар:</b> «Психология цвета, света и формы в рекламе»			ОК 01 ОК 04	
	<b>Семинар:</b> «Суггестивные психотехнологии в рекламе»			ОК 01	
	<b>Деловая игра</b> «Инновационный маркетинг и реклама»			ОК 01 ОК 04	
	<b>Практическое занятие :</b> «Поведенческий и эмоциональный аспекты рекламного воздействия»			ОК 01	
	<b>Семинар:</b> «Психология политической рекламы»			ОК 04	
<b>Тема 2.2</b>	<b>Содержание</b>				
<b>Психологическая эффективность рекламы</b>	Концепция проведения рекламной компании. Психологические особенности рекламной компании. Способы активизации творческих способностей. Феномен вдохновения в творческом процессе..			ОК 01	
<b>Тема 2.3</b>	<b>Содержание</b>				
<b>Психология проектного менеджмента</b>	Внутрикорпоративные отношения и ценности			ОК 01	
	Особенности организации рекламных кампаний			ОК 01	
<b>Промежуточная аттестация</b>					
<b>Всего:</b>		<b>32/24</b>	<b>36/26</b>		



### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет гуманитарных и социально-экономических дисциплин:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- столы ученические - 14 шт.;
- стулья ученические - 28 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 28 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
- шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Основные печатные издания**

1. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95335>

2. Попов, А. Д. Графический дизайн : учебное пособие / А. Д. Попов. — 3-е изд. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 157 с. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/110204>

##### **Дополнительные источники:**

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87862>

2. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/87990>

Электронные ресурсы:

1. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
2. Специализированный Интернет - портал Рекламного центра БРЭНД-медиа.

Основы рекламного агентства, структура рекламного агентства и т.д. Форма доступа: <http://www.brandmedia.ru/>

3. Интернет-сайт «Фес Хауз» Образовательные статьи в разделе «Рекламное дело». Форма доступа: [http://fes-house.com/catalog/section/reklamnoe\\_delo/](http://fes-house.com/catalog/section/reklamnoe_delo/)

4. Интернет-портал «Справочник рекламодателя» (каталог рекламной индустрии Иркутска). Форма доступа: <http://www.reklamno.ru/>

Сайт Дальневосточного государственного университета. Курс лекций по «Современным средствам оргтехники». Форма доступа: <http://dvgu.ru/meteo/intra/Orgtech.htm>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить методы работы в профессиональной и смежных сферах	Оценка решения ситуационных задач	<i>Тестовый контроль</i> Наблюдение за действиями во время практики
выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности умение конструктивно взаимодействовать, сотрудничать с другими на равных ради достижения высокого результата	Оценка работы в малых группах Оценка работы в малых группах Оценка работы в малых группах	Наблюдение за действиями во время практики Экспертное наблюдение Экспертное наблюдение

## **5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В случае обучения в колледже лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).