Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Исполнительный директор
Дата подписания: 17.08.2026 18:27:38
Уникальный программный ключ:
b60019126a3f15cfd49eff4247dfc09aa2f09f7a

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, 2025

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.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Уметь	Знать
ПК 1.1, ПК 1.2 ОК 01, ОК 04	выявлять различные аспекты рекламного воздействия	технологии воздействия на общественное мнение
	владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя	основы психологического воздействия рекламы на потребителя
	выявлять различные аспекты рекламного воздействия	основы психологии проектного менеджмента

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	22	22
Самостоятельная работа	-	-
Промежуточная аттестация	-	-
Всего	**44**	

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

Наименование разделов и тем	Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий
Раздел 1. Реклама как коммуникация (22)	
Введение	Актуальные проблемы современной рекламы. Коммуникативная компетентность специалиста по рекламе
Тема 01.01. Социум – глобальная целевая аудитория.	**Содержание**
	Массовая аудитория. Влияние на общественное мнение. Манипулирование, как технология воздействия на общественное мнение
	Реклама как коммуникация.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
Раздел 2 Психологическое воздействие рекламы на потребителя (22)	
Тема 2.1 Психологические особенности восприятия рекламы	**Содержание**
	Психологические аспекты принятия решений в сфере рекламы
	Эмоционально-рациональный баланс рекламного обращения Психологические особенности воздействия средств массовой информации. Особенности функционирования рекламы в средствах массовой информации.
	Особенности восприятия дизайна в рекламе
	Суггестативные технологии воздействия рекламы на потребителя
	Маркетинговые технологии воздействия рекламы на потребителя исследования потребностно-мотивационной сферы человека
	Психотехники, направленные на помощь в решении проблем
	Психоанализ рекламного обращения
	Психоанализ рекламного текста. Шрифт в рекламе. Текст в рекламе-катализатор сбыта
	Анализ психографики рекламного текста
	Психоанализ и бессознательное в рекламе
	Менеджмент рекламных идей. Креатив и креативность. Идея.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Семинар: «Психология цвета, света и формы в рекламе»
	Семинар: «Суггестивные психотехнологии в рекламе»
	Деловая игра «Инновационный маркетинг и реклама»
	Практическое занятие: «Поведенческий и эмоциональный аспекты рекламного воздействия»
Тема 2.2 Психологическая эффективность рекламы	**Содержание**
	Концепция проведения рекламной компании. Психологические особенности рекламной компании. Способы активизации творческих способностей. Феномен вдохновения в творческом процессе.
Тема 2.3 Психология проектного менеджмента	**Содержание**
	Внутрикорпоративные отношения и ценности
	Особенности организации рекламных кампаний
Промежуточная аттестация	
Всего:44	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет Общепрофессиональных дисциплин и МДК:

- рабочее место преподавателя - 1шт.;
- 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 издания:

1.Трищенко, Д. А. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 226 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18963-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555559).

2.Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы : учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555698.

Дополнительные источники:

1.Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для среднего профессионального образования / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18710-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/545416.

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 агентстваи 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/
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

Результаты обучения	**Показатели освоенности компетенций**	**Методы оценки**
Знает: технологии воздействия на общественное мнение основы психологического воздействия рекламы на потребителя основы психологии проектного менеджмента	Демонстрирует знание теоретического материала по учебной дисциплине	наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, дифференцированный зачёт; наблюдение и оценка при выполнении практической работы
Умеет: выявлять различные аспекты рекламного воздействия владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя владеть основами организации рекламных кампаний	Демонстрирует умение применять полученные знания и умения в профессиональной деятельности	наблюдение и оценка при выполнении устной и письменной работы, дифференцированный зачёт; наблюдение и оценка при выполнении практической работы

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).