



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

УТВЕРЖДАЮ:

Директор

_____**В.В.Новикова**

«__» _____ **2023 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
учебной дисциплины

ОП.07 Психология рекламы

по специальности

42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация "Международный Восточно-Европейский колледж"

Рабочая программа рассмотрена на ПЦК

Протокол № 8 « 26 » 06 2023 г.

Председатель ПЦК Евдокимов + Самусьва Е.И.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
5.	МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ АДАПТИРОВАННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07 Психология рекламы

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «ОП.07 Психология рекламы» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина «ОП.07 Психология рекламы» относится к вариативной части общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла.

1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

З1 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы;

З2 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы;

З3 специфику психотехнологий в рекламе.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

ОК	Соответствующие личностные результаты
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	ЛР3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих. ЛР4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа». ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности. ЛР8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства. ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой. ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 119 часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 72 часа;

самостоятельной работы обучающегося 47 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (очно)
	*
Максимальная учебная нагрузка (всего)	119
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	72
в т.ч. в форме практической подготовки	36
в том числе:	
лабораторные занятия	-
практические занятия	36
контрольные работы	-
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	47
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) (если предусмотрено)	-
работа с основной и дополнительной литературой, Интернет – ресурсами, подготовка сообщений, презентации, практических заданий	47
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.07 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч /	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	5
Тема 1. Предмет и методы учебной дисциплины «Психология рекламы»	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; Предмет и методы учебной дисциплины «Психология рекламы». Закон о рекламе. Реклама — неотъемлемая часть СМИ. Функции рекламы. История развития рекламной деятельности.	4	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 1. Предмет и методы учебной дисциплины «Психология рекламы».	4	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1. Предмет и методы учебной дисциплины «Психология рекламы»	6	
Тема 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе. Психические процессы в формировании рекламных образов. Когнитивный компонент восприятия человеком рекламной информации. Основные способы привлечения внимания потребителей. Психологические закономерности запоминания рекламной информации. Основные методы стимулирования запоминания рекламы без надоедания. Использование свойств мышления при создании рекламы. Психология рекламного восприятия.	6	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов	6	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся № 2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов.	8	

Тема 3. Основные этапы психологического воздействия в рекламе	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе. Основные этапы психологического воздействия в рекламе. Методы привлечения внимания в рекламе. Характерные особенности произвольного и непроизвольного внимания. Приемы перевода непроизвольного внимания к рекламному сообщению в произвольное. Закрепление интереса к рекламе.	4	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Контрольные работы	-	
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 3. Основные этапы психологического воздействия в рекламе	6	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся № 3. Основные этапы психологического воздействия в рекламе.	8	
Тема 4. Влияние рекламы на потребительское поведение	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе. Психологические особенности покупательского поведения. Подходы к изучению покупательского поведения. Приемы управления покупательским поведением. Факторы, определяющие потребности и поведение человека: культурные, субкультурные, социальные, гендерные, индивидуальных психологических различий. Использование установок и стереотипов в рекламе. Основные свойства стереотипов. Основные приемы выявления установок и стереотипов целевой аудитории. Потребности и потребительская мотивация в рекламе.	6	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Контрольные работы	-	
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 4. Влияние рекламы на потребительское поведение	6	
	Контрольные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся № 4. Влияние рекламы на потребительское поведение	7	
Тема 5. Психоаналитичес	Содержание учебного материала 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе.	4	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14

кие феномены в рекламе	Психоанализ в рекламе. Идеи психоанализа в современной рекламе. Использование психоаналитических феноменов в рекламе. Реклама — своеобразный социальный миф. Использование в рекламе архетипов: мать, отец, герой, спаситель, дитя. Мифологическая аргументация» в рекламе. Типичные алгоритмы для «мифологической аргументации» в рекламе. Трансактный анализ в рекламе.		ПК 1.4.
	Контрольные работы	-	
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 5. Психоаналитические феномены в рекламе	6	
	Самостоятельная работа обучающихся № № 5. Психоаналитические феномены в рекламе	6	
Тема 6. Психологические основы рекламных коммуникаций	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе. Психологические основы рекламных коммуникаций. Формы контакта с прессой. Особенности проведения пресс-конференций, интервью, пресс-релиза, досье для прессы и пресс-центра.	4	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Контрольные работы	-	
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 6. Психологические основы рекламных коммуникаций	4	
	Самостоятельная работа обучающихся № 6. Психологические основы рекламных коммуникаций.	4	
Тема 7. Психологическая безопасность рекламы	Содержание учебного материала 31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе. Психологические угрозы в рекламе. Понятие «психологическая безопасность рекламы». Виды угроз в зависимости от особенностей вредоносного фактора, характера поражаемой мишени и наносимого ущерба (по Е. Прониной). Манипуляция в рекламе. Виды манипуляции в рекламе. Языковое манипулирование в рекламе (по Ю. Пироговой). Классификация приемов скрытой рекламы. Методы подачи скрытой рекламной информации. Психологическая специфика скрытых рекламных акций.	6	ОК 4, ЛР 3, 4, 7, 8, 10, 14 ПК 1.4.
	Контрольные работы	-	
	Практические занятия (в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей		

	профессиональной деятельностью, согласно приказа Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 О практической подготовке обучающихся) У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта. Практическое занятие № 7. Психологическая безопасность рекламы	4	
	Самостоятельная работа обучающихся № 7. Психологическая безопасность рекламы	8	
Примерная тематика курсовой работы (проекта) (если предусмотрены)		-	
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) (если предусмотрены)		-	
Дифференцированный зачет		2	
Всего		119	

—

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия:

- Кабинета социально-экономических дисциплин

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места обучающихся;
- учебная доска;
- персональный компьютер;
- телевизор;
- учебные наглядные пособия в электронном виде

- Лаборатории информационных и коммуникационных технологий:

Оборудование:

- персональные компьютеры с выходом в интернет и специализированным ПО для компьютерного дизайна и графики, фото и видеомонтажа;
- плоттер;
- 3D-принтер;
- МФУ цветной формата А3 и А4;
- резак;
- брошуратор;
- ламинатор;
- доступ к электронно-библиотечным системам
- *Электронно-библиотечная система «IPRsmart» <https://www.iprbookshop.ru/>
- *Электронно-библиотечная система «Академия-Медиа» https://academia-moscow.ru/inet_order/profile/
- *Электронно-библиотечная система «ZNANIUM» <https://znanium.com/help/firstvisit>
- *Образовательная платформа ЮРАЙТ
Internet Site: www.urait.ru
- ЭБС Юрайт: www.biblio-online.ru
- Доступ к информационно-справочной системе «Консультант плюс»;
- учебные наглядные пособия в электронном виде;
- учебная доска;
- телевизор;
- шкаф с замком.

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов дополнительной литературы

№ п/п	Наименование учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы
I	Основные источники
1.	Мазилкина, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. — Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2022. — 240 с. — (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1842548

2.	Соснин, В. А. Социальная психология : учебник / В.А. Соснин, Е.А. Красникова. — 3-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 335 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-492-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1866999
II	Дополнительные источники
1	Гойхман, О. Я. Речевая коммуникация : учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 286 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016969-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1854233
2	Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0615-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904849
3	Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера / Джозеф Шугерман ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 438 с. - ISBN 978-5-9614-1904-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1220990
III	Периодические издания
1	«Реклама. Теория и практика»// https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2022-4
2.	Вывески. Реклама outdoor.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=10030
3.	Маркетинг, реклама и сбыт.- https://elibrary.ru/title_about.asp?id=28882
V	Перечень методических рекомендаций, разработанных преподавателем
1	Методические рекомендации по выполнению практических работ
2	Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, устного и письменного опроса, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
У1 владеть начальными навыками проведения анализа содержания рекламного продукта.	Текущий контроль: Оценка устного и письменного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Тематический контроль: Тестирование Итоговый контроль: Дифференцированный зачет
31 роль психических процессов и феноменов в восприятии рекламы; 32 психоаналитические феномены, которые используются при создании рекламы; 33 специфику психотехнологий в рекламе.	Текущий контроль: Оценка устного и письменного опроса. Оценка результатов практической работы. Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы. Тематический контроль:

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ АДАПТИРОВАННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения в МВЕК обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Обучение по образовательной программе среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется МВЕК с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц.

В МВЕК созданы (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья) специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания МВЕК и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицам с ограниченными возможностями здоровья.

В целях доступности получения среднего профессионального образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья МВЕК обеспечивается (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья):

- для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по слуху услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- для обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия

обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Численность лиц с ограниченными возможностями здоровья в учебной группе устанавливается до 15 человек.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья МВЕК обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в колледже предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану.