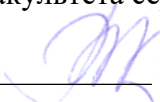




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы**

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета сервиса и рекламы

  
В.К. Карнаухова

«19» июня 2019 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля) **Б1.В.ДВ.9.2 Психология рекламной деятельности**  
*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).*

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения: заочная  
*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*)*

Согласовано с УМК факультета  
сервиса и рекламы

Рекомендовано кафедрой рекламы :

Протокол № 6 от «19» июня 2019 г.

Протокол № 12 от «14» июня 2019 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. Цели и задачи дисциплины (модуля) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ ....	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	10
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	11
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	18
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	18
а) основная литература .....	18
б) дополнительная литература .....	19
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	19
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	20
6.1. Учебно-лабораторное оборудование: .....	20
6.2. Программное обеспечение: .....	21
6.3. Технические и электронные средства: .....	23
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	23
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	24
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	25
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	26

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков, достаточный для того чтобы:

- обеспечить понимание студентами теоретических и эмпирических основ психологии рекламы;
- знание психологических механизмов воздействия рекламы;
- методов формирования потребительской мотивации;
- формирование умения осуществлять психологическую экспертизу рекламных продуктов.

### **Задачи дисциплины:**

Студент должен:

- аналитически сопоставлять разные подходы к пониманию психологических механизмов воздействия рекламы;
- понимать психологических закономерностей создания и функционирования рекламы,
- знать основные психологические понятия, связанные с рекламной деятельностью,
- понимать роль психических процессов в восприятии и оценке рекламы,
- владеть навыками определения психологической эффективности рекламных продуктов,
- уметь определять, оценивать и использовать приемы психологического воздействия на потребителя.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Психология рекламной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

Дисциплина предназначена для закрепления знаний и умений в сфере психологии рекламной деятельности и отработки практических навыков в области рекламы и связей с общественностью.

Наименования дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины: Психология, История рекламы и связей с общественностью.

Знания и навыки, полученные обучающимися в курсе дисциплины, могут оказаться полезными при изучении следующих предметов: Семантика и семиотика рекламы и связей с общественностью, Специфика региональной рекламы и PR, Имиджелогия, Психология массовых коммуникаций.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Психология, История рекламы и связей с общественностью.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: Семантика и семиотика рекламы и связей с общественностью, Специфика региональной рекламы и PR, Имиджелогия, Психология массовых коммуникаций.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

### **Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
--------------------	-------------------------------	----------------------------

ПК-14 - способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
--	-------	--

#### **IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, 9 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Экз.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов**

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование		4	9		37	Экз
2	Раздел 2. Анализ рекламного контента, основные критерии оценки.		4	9		36	Экз
<b>Итого часов</b>			8	18		73	9

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование. Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций.	Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы: составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;	В период сессии	9	Тест	
	Тема 2. Психические процессы и способы активизации в процессе рекламной деятельности.	Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;	В период сессии	9	Тест	
	Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций.		В период сессии	12	Контрольный опрос	

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Раздел 2. Тема Анализ форм рекламных коммуникаций, критерии их оценки. Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности.	Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.	В период сессии	9	эссе	
	Тема 2. Психологическая безопасность и условия соблюдения процесса организации коммуникативных процессов.		В период сессии	12	тест	
	Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.		В период сессии	10	Диагностический практикум	
			Подготовка к зачету с оценкой	В период сессии	12	тест
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				73		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				73		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				73		

#### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование. Раздел 2. Анализ рекламного контента, основные критерии оценки.
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия

Форма промежуточной аттестации	Экз
--------------------------------	-----

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование. Тема 1. Теоретико – методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций.	1.Общетеоретические проблемы и история психологии рекламы. Генезис, психологические цели и функции рекламы как формы массовых коммуникаций. Понимание рекламной деятельности в контексте экономики, психологии и культуры. Психологический смысл рекламы. 2.Интерпретация рекламных коммуникаций в контекст разных научных парадигм. Понятие научной парадигмы. Полипарадигмальность в психологии. Объяснение специфики рекламных коммуникации с позиций психоаналитических представлений, понятий бихевиоризма, культурно – исторического подхода, постулатов системности и семиотических закономерностей. 3.Психоанализ и его значение для понимания рекламных коммуникаций. Общие представления о структуре психического. Роль бессознательного в процессах обработки информации информации. Представления К.Г. Юнга об архетипах как развитие психоаналитической теории. Роль архетипов в рекламной коммуникации. Теория А.Адлера и ее роль для понимания особенностей рекламных коммуникаций.	3	Контрольный опрос, эссе, диагностический практикум.	ПК-14
2	Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности.	1. Мотивация. Сущность понятий «мотивы» и мотивация. Детерминанты формирования мотивов. Роль мотивации в формировании потребительского отношения к рекламному продукту. Мотивация как основа всех форм эффективности рекламы. Способы рекламной активизации потребительской мотивации. 2. Эмоции и аффекты. Сущность понятий «эмоции» и «аффекты», их функции. Отношения к роли эмоционального восприятия рекламной	3		

		<p>информации как фактору ее эффективности. Зависимость вектора направленности эмоций от формальных и содержательных характеристик рекламных сообщений. Способы диагностики эмоциональной эффективности рекламы.</p> <p>3. Ощущения, восприятие. Память. Ощущение как элементарный психический процесс. Восприятие как целостное психическое отражение объекта. Место ощущений и восприятий в структуре психологической обработки рекламной информации. Способы активизации ощущений и восприятий рекламных сообщений..</p> <p>4. Внимание, мышление и воображение. Научные представления о внимании. Факторы, обуславливающие внимание потребителя к рекламе. Виды мышления. Роль мышления в процессе обработки рекламной информации. Функции воображения. Воображение и фантазирование, их роль в процессах создания сообщений, транслируемых средствами массовой коммуникации.</p>			
3	Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций.	<p>1. Содержание понятий «внушение», «воздействие», «манипуляция», «суггестия», «измененное состояние сознания». Формы внушения. Психологическая этика и использование суггестивных техник в рекламе. Классический гипноз. Эриксоновский гипноз, его приемы и возможность их применения в рекламных коммуникациях.</p> <p>2. Психологическая и социальная функции подражания. Условия актуализации подражания, возрастные и культурные особенности. Возможность использования феномена подражания в рекламной коммуникации. «Заражение» как способ манипуляции массовым сознанием. Признаки заражения. Формы рекламных взаимодействий с эффектом «заражения».</p> <p>3. Убеждение как рациональная форма воздействия на потребителя. Требования к использованию убеждения. Психологические функции стереотипа. Типы стереотипов и возможности их использования в рекламных коммуникациях.</p> <p>4. Психологическая сущность понятия «идентификация», его значение в жизни человека, формы проявления. Способы управления процессами идентификации. Идентификация в рекламе как неизбежный процесс,</p>	3		



		<p>возможности его направленного моделирования. Представление о верифицируемости психологических гипотез. Понятия надежности и валидности и их роль для психологических исследований. «Технология 25 кадра» как пример некритического переноса неверифицируемых представлений в практическую деятельность.</p>			
4	<p>Раздел 2. Тема Анализ форм рекламных коммуникаций, критерии их оценки. Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности.</p>	<p>1. Кросс-культурные исследования и их значение для моделирования и оценки эффективности массовых коммуникаций. Культурные стереотипы и методы их выявления. Структура культуры и роль структурных компонентов в жизни человека и общества, в массовых коммуникациях. 2. Этические проблемы психологического воздействия в средствах массовой информации. Психологическая роль культурных ограничений и табу. Нарушение рекламой этических норм как фактор психологической дестабилизации. 3. Эстетический фактор и его значение для моделирования массовых коммуникаций. Психологическая роль эстетики. Эстетотерапия. Дискуссия об эффективности рекламных текстов высокого художественного уровня. 4. Проблемы интеграции рекламных текстов в культурное пространство. Методы исследования в кросс-культурной психологии.</p>	3		
5	<p>Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации и коммуникативных процессов.</p>	<p>1. Представление о психологической безопасности. Факторы, нарушающие психологическую безопасность человека. Способы защиты от психологической опасности. 2. Законы, обеспечивающие психологическую безопасность. Законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность, их психологический анализ.</p>	3		
6	<p>Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.</p>	<p>1. Понятие, цель, средства психологической экспертизы. Подходы к пониманию и оценке эффективности рекламы. Методы экспертной оценки рекламных сообщений. Критерии оценки эффективности рекламы. 2. Диагностические алгоритмы оценки эффективности рекламы. Валидность используемых диагностических методик. Семантический дифференциал</p>	3		

		<p>как метод исследования особенностей восприятия сообщений в средствах массовой информации.</p> <p>3. Психотехнический анализ рекламы: цель, исследовательский дизайн. Метод свободных ассоциаций. Значение и алгоритмы выявления индекса нейтральности восприятия и индекса полярности эмоций. Метод нарративного анализа и способ интерпретации полученных данных. Понятие экспертного заключения.</p>			
--	--	---	--	--	--

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
	<p>Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование.</p> <p>Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций</p>	<p>Составление портфолио: обоснование тезиса о научной, социальной и культурной актуальности научных исследований проблем рекламной коммуникации; подбор примеров использования архетипов в рекламе и обоснование их целесообразности; составление таблицы «массовые коммуникации с позиций разных психологических парадигм».</p>	ПК-14	ПК-14
	<p>Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности</p>	<p>Составление таблицы «Способы активизация психических процессов при восприятии рекламы». Конспект лекций (на univerTV.ru) о мотивации и иерархии мотивов</p>	ПК-14	ПК-14
	<p>Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте определение манипуляции, внушению, воздействию.</li> <li>2. Охарактеризуйте известные вам средства манипуляции, используемые в рекламной коммуникации.</li> <li>3. Опишите целевую аудиторию, наиболее подверженную внушениям.</li> <li>4. К каким негативным последствиям может приводить использование манипулятивных техник в процессах рекламной</li> </ol>	ПК-14	ПК-14

		коммуникации?		
	Раздел 2. Тема Анализ форм рекламных коммуникаций, критерии их оценки. Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности	Темы эссе: «Реклама как средство трансформации культурных установок», «Роль рекламы в культуре: созидание или разрушение?»»,	ПК-14	ПК-14
	Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	Составление портфолио: таблица «Источники психологической опасности». Выписать из законодательных документов разделы, касающиеся обеспечения психологической безопасности человека. Конспект публикаций о способах защиты от психологической опасности	ПК-14	ПК-14
	Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.	ПК-14	ПК-14

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

— закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;

- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинарскому занятию.** Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к семинару-конференции.** Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной

подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

**Подготовка к коллоквиуму.** Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

#### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Написание реферата** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать)

— продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

**Написание эссе** Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь.

**Подготовка доклада** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклада); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической

информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 20 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочесть работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Выполнение кейс-задания** Цель самостоятельной работы: формирование умения

анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

**Составление тематического портфолио работ** Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и



реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Использование инфографики** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

**30 Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации,

город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1. Лебедев-Любимов, Александр Николаевич. Психология рекламы [Текст] : научное издание / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 384 с. : ил. ; 24 см. - (Мастерапсихологии). - Библиогр.: с. 374-384. - ISBN 978-6-469-01094-4

Экз-ры: истфил 30266(20 экз.), сирфак (10 экз)

2. Мокшанцев, Рудольф Иванович. Психология рекламы [Текст] : учеб. пособие / Р. И. Мокшанцев. - М. : Инфра-М ; Новосибирск : Сиб. соглашение, 2009. - 229 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 227-229. ISBN 978-5-16-000135-7. - ISBN 978-5-8479-0014-0

Экз-ры: сирфак 32219(10 экз.)

**б) дополнительная литература**

1. Артемьева, Ольга Аркадьевна. Психология рекламной коммуникации / О. А. Артемьева ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2009. - 169 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 152-166. - ISBN 978-5-9624-0386-1

Экз-ры: нф А619804; истфил 29807(10 экз.)

2. Березкина, Ольга Павловна. Социально-психологическое воздействие СМИ : учеб. пособие для студ. вузов / О. П. Березкина. - М. : Академия, 2009. - 240 с. ; 22 см. - (Высшее профессиональное образование: Связи с общественностью). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-7695-4904-5.

ББК С55.57я73

Экз-ры: нф А618173

3. Гончаров, Алексей Васильевич. Анатомия обмана [Текст] : энциклопедия противостояния / А. В. Гончаров. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 205 с. ; 21 см. - (Книга-сенсация). - Библиогр.: с. 195-200. - ISBN 978-5-222-16465-5

Экз-ры: нф А625445

4. Жилкина, Мария Сергеевна. Психология рекламы и поведение потребителей. Индивидуально-типологический подход / М. С. Жилкина. - М. : Спутник+, 2009. - 140 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 138-140. - ISBN 978-5-9973-0544-4

Экз-ры: нф А619746

5. Измайлова, Марина Алексеевна. Психология рекламной деятельности [Текст] : практ. пособие / М. А. Измайлова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К', 2011. - 236 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр.: с. 233-236. - ISBN 978-5-394-01488-8

Экз-ры: фчз А629571

6. Массовые коммуникации: интеграция научных парадигм: Межд. научно-практ. конф. (Иркутск, 12-13 марта 2012г): материалы.- Иркутск, ЦентрНауч-Сервис, 2012. С. 40-48.

Экз-ры: сирфак 10экз.

7. Массовые коммуникации: критерии и методы оценки эффективности. Монография. – 216 с. \ под ред. И.М.Кыштымовой. Иркутск: ЦентрНаучСервис, 2014. С.6-16.

Эк-ры: сирфак 10 экз.

8. Власова П.К. Психология в рекламе. –Х.: изд-во «Гуманитарный Центр», 2017.- 376 с.

**в) периодическая литература**

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

- ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.
- ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.
- ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..
- ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.
- Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>

	практических работ (Системный блок AMD Athlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран Screen Vtdia Ecot- 3200*200MW 1:1	
Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LG Flatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177

## 6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8	30	Пер №8972331	2015	бессрочно
2.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	BusinessStudio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия	Условия	Условия	бессрочно

		правообладателя	использования по ссылке: <a href="https://www.oracle.com/legal/terms.html">https://www.oracle.com/legal/terms.html</a>	правообладателя	
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://docs.joomla.org/JEDL">https://docs.joomla.org/JEDL</a>	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html">https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="http://dev.perl.org/licenses/">http://dev.perl.org/licenses/</a>	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.postgresql.org/about/licence/">https://www.postgresql.org/about/licence/</a>	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: <a href="http://protege.stanford.edu/support.php">http://protege.stanford.edu/support.php</a>	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://docs.python.org/3/license.html">https://docs.python.org/3/license.html</a>	Условия правообладателя	бессрочно
18.	UbuntuLinux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: <a href="https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms">https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms</a>	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия	Условия	Условия	бессрочно

		правообладателя	использования по ссылке: <a href="https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL">https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL</a>	правообладателя	
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

### 6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

### 1.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

### Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Раздел 1. Содержание рекламных	лекция	Интерактивная (информационно-	2

	коммуникаций и их моделирование. Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций		проблемная) лекция	
	Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности	Лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	2
	Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций	Лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	2
	Раздел 2. Тема Анализ форм рекламных коммуникаций, критерии их оценки. Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности	Лекция	Интерактивная (информационно	2
	Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	Лекция	Интерактивная (информационно	2
	Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	Лекция	Интерактивная (информационно	3
	Раздел 1. Содержание рекламных коммуникаций и их моделирование. Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций	Практика	Групповая дискуссия, тренинг	2
	Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности	Практика	Работа с кейсом, групповая дискуссия, тренинг.	2
	Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций	Практика	Работа с кейсом, групповая дискуссия, тренинг.	2
	Раздел 2. Тема Анализ форм рекламных коммуникаций, критерии их оценки. Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности	Практика	Групповая дискуссия, анализ рекламного контента.	3
	Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	Практика	Работа с кейсом, групповая дискуссия, тренинг.	3
	Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	Практика	Диагностический практикум, групповая дискуссия.	3
<b>Итого часов</b>				<b>26</b>

## **VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**



## 8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
	Тестирование	Раздел 1: Тема 1. Теоретико – методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций. Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности. Раздел 2: Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности. Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.	ПК-14
	Эссе	Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности	
	Контрольный опрос	Раздел 1: Тема 1. Теоретико – методологические проблемы психологии рекламных коммуникаций. Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе рекламной деятельности. Раздел 2: Тема 1. Культурная обусловленность эффективности рекламной деятельности. Тема 2. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.	
	Диагностический практикум	Тема 3. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	

### Демонстрационный вариант теста №1

1. В психологии **реклама** – это:
  - 1) сообщение о товарах и услугах с целью воздействия на потребителя
  - 2) вид межличностных и межгрупповых коммуникаций
  - 3) вид бизнеса, средство зарабатывания денег
  - 4) канал передачи информации от производителя потребителю
  
2. Продуктивным в психологии рекламной деятельности является
  - 1) системный подход
  - 2) комплексный подход
  - 3) личностный подход
  - 4) информационный подход
  
3. Кто из учеников З.Фрейда был автором теории, обосновывавшей тезис о том, что «Желание власти движет людьми»?
  - 1) К.Г. Юнг
  - 2) А.Адлер
  - 3) К. Хорни

- 4) А. Фрейд
4. Реклама представляет собой
  - 1) одностороннюю коммуникацию
  - 2) двустороннюю коммуникацию
  - 3) трехстороннюю коммуникацию
  - 4) четырехстороннюю коммуникацию
5. Психология рекламной деятельности – это отрасль
  - 1) экономической психологии;
  - 2) психологии творчества;
  - 3) общей психологии;
  - 4) социальной психологии

### **Задание #1**

1. Какова роль рекламы в формировании культурных ценностей и установок?
2. Культурная регуляция рекламных процессов: каковы ее механизмы и формы.

### **8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену (зачету)**

1. Психология рекламной деятельности как прикладная отрасль социальной психологии.
2. Основные методологические традиции психологии рекламной деятельности.
3. Основные направления психологии, значимые для психологии рекламной деятельности.
4. Психоанализ и его вклад в теорию рекламной деятельности.
5. НЛП и рекламная деятельность.
6. Мотивация и покупательское поведение.
7. Потребности и мотивы. Их роль при принятии решения потребителем.
8. Значение эмоций в рекламной коммуникации. Способы моделирования эмоционально эффективных рекламных сообщений.
9. Ощущения и их использование в психологии рекламной деятельности.
10. Восприятие, его свойства и функции. Использование законов восприятия в рекламе.
11. Память, ее структура, функции. Эффекты и законы памяти.
12. Основные приемы привлечения внимания.
13. Сексуальные и агрессивные мотивы в рекламе.
14. Психологическая безопасность в рекламе. Методы ее диагностики.
15. Стереотипы и их роль в рекламе.
16. Этнопсихологические закономерности восприятия рекламы.
17. Механизм психического заражения в рекламе.
18. Роль убеждения в рекламе.
19. Культурно – исторический подход к анализу рекламной деятельности.

#### **Разработчики:**

---

(подпись)

---

(занимаемая должность)

---

Е.С. Кыштымова  
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 12 от «14» июня 2019 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*