

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 30.05.2024 11:50:22  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad1c0e3030

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Психологические аспекты рекламы и связей с общественностью

Уровень образования	магистратура	
Направление подготовки	42.04.01	Реклама и связи с общественностью
Профиль	Коммуникационный менеджмент	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	2 года	
Формы обучения	очно-заочная	

Учебная дисциплина «Психологические аспекты рекламы и связей с общественностью» изучается во втором Модуле второй семестр.

#### 1.1. Форма промежуточной аттестации

#### экзамен

#### 1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Психологические аспекты рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части программы.

#### 1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

– формирование у обучающихся представления о предмете психологии рекламы о феноменах и закономерностях создания рекламы, представления о PR как об одной из отраслей психологии, о ее функциях, структуре, предоставлении полной классификации механизмов работы с общественностью;

– вооружить студентов приемами и подходами к созданию рекламы; развить навыки самостоятельной организации и проведения PR-акций, пресс-конференций, брифингов и презентаций; развить навыки определения эффективности рекламных кампаний; научить исследовать особенности воздействия рекламы посредством фокус-групп, контент-анализа.

– изучение признаков положительной и отрицательной стигматизации членов коллектива, а также способов противодействия стигматизации;

– ознакомление с факторами воздействия группы на индивида, влияющими на его поведение;

– ознакомление с различными психотипами и учет особенностей людей в зависимости от психотипа;

– анализ общих вопросов, связанных с этическим поведением в профессиональной деятельности;

– формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

## 1.4. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p><b>ОПК-4</b> Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p><b>ИД-ОПК-4.1</b> Анализ потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;</li> <li>- применяет результаты исследований потребностей общества и интересов аудитории в целях создания востребованной рекламно-коммуникационной продукции</li> </ul>
	<p><b>ИД-ОПК-4.2</b> Применение результатов исследований потребностей общества и интересов аудитории в целях создания востребованной рекламно-коммуникационной продукции</p>	
<p><b>ОПК-5</b> Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p><b>ИД-ОПК-5.1</b> Анализ актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>в целях создания востребованной рекламно-коммуникационной продукции;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</li> </ul>
<p><b>ПК-1</b> Способен разрабатывать авторские проекты</p>	<p><b>ИД-ПК-1.1</b> Анализ проекта, предлагаемого автором. Выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике. Применение принципов разработки концепции медиа проекта</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализирует проект, предлагаемый автором.</li> <li>-выявляет слабые и сильные стороны, соответствие проекта информационной политике.</li> </ul>
	<p><b>ИД-ПК-1.2</b> Анализ целевой аудитории, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики</p>	

1.5. Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану составляет:

Очно-заочная форма обучения	5	з.е.	160	час.
-----------------------------	---	------	-----	------