

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.05.2025 15:12:08
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad4c0e34b3d7

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, предоставление 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
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИД-ОПК-4.1 Анализ потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Обучающийся: - анализирует потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты; - применяет результаты исследований потребностей общества и интересов аудитории в целях создания востребованной рекламно-коммуникационной продукции
	ИД-ОПК-4.2 Применение результатов исследований потребностей общества и интересов аудитории в целях создания востребованной рекламно-коммуникационной продукции	
ОПК-5 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	ИД-ОПК-5.1 Анализ актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ПК-1 Способен разрабатывать авторские проекты	ИД-ПК-1.1 Анализ проекта, предлагаемого автором. Выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике. Применение принципов разработки концепции медиа проекта	Обучающийся: - анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - анализирует проект, предлагаемый автором. -выявляет слабые и сильные стороны, соответствие проекта информационной политике. -применяет принципы разработки концепции медиа проекта; - анализирует целевую аудиторию, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики.
	ИД-ПК-1.2 Анализ целевой аудитории, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики	

1.5. Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану составляет:

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