Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 01.06.2023 10:39:36
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a0434186b29b9d134129abde65f78623d5

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	**Психология рекламы и связей с общественностью**
Содержание	Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы. Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры. Системный подход и психология рекламной деятельности. Социальная ориентированность человека как психологический фактор рекламной деятельности. Исследования психологов Стэнфордского университета по программе «ValuesandLifeStyles». Реклама как одностороннее воздействие рекламиста на потребителя. Реклама как коммуникация рекламиста и потребителя, взаимовлияние. Реклама как «коммуникация для коммуникаций». Исследование связи потребности в общении и социализации (эксперимент). Психологические основы рекламных коммуникаций. Комплекс обратных связей. Психология саморекламы.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Определяет приоритеты собственной деятельности и прогнозирует пути её совершенствования. Применяет систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачёт с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум / Н. В. Антонова – М. : Юрайт, 2015. – 374 с. - ISBN 978-5-9916-4455-6 2. Двинянинова, Е.Н. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е.Н. Двинянинова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. - 156 с. - Библиогр.: с. 148 - 152 - ISBN 978-5-8158-2008-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306 3. Кошелева, А.Н. Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс / А.Н. Кошелева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена». - СПб. : РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. - 27 с. : табл. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435445
Дополнительная литература	1. 1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности / М.А. Измайлова. – 3-е изд. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02557-0.

	2. 2. Мандель, Б.Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 381 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр.: с. 367-369. – ISBN 978-5-4499-0062-3. 3. 3. Психология рекламной деятельности : [16+] / сост. Е.В. Кривцова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет». – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2016. – 106 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481621 (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2045-5.