

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45

Уникальный программный ключ:

d72783635b77d687e17a146c849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование

Психология рекламы и связей с общественностью

дисциплины

(модуля)

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 в 1 семестре

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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435445>

Дополнительная литература

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. 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.
--	--