

# «ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И PR»

## Б1.В.ОД. 5

Дисциплина «Психология рекламы и PR» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 39.04.01 «Социология», профиль подготовки «Социология массовых коммуникаций», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Целью** изучения дисциплины является формирование у обучающихся понимания психологических закономерностей рекламы и PR и навыков их практического применения для повышения эффективности воздействия рекламы и PR на потребителей и общество.

**Основными задачами дисциплины являются:**

- 1) демонстрация актуальности психологических исследований в области рекламы и PR;
- 2) формирование систематического представления о предмете и задачах психологии рекламы и PR;
- 3) ознакомление с основными теориями, понятиями и результатами эмпирических исследований в области психологии рекламы и PR и смежных областей знания;
- 4) формирование знаний о проблемах психологии рекламы и PR актуальных на российском пространстве;
- 5) обучение навыкам практического применения полученных знаний.

### 2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Учебная дисциплина «Психология рекламы и PR» – дисциплина вариативной части блока 1 «Дисциплины» ФГОС ВО по направлению 39.04.01 «Социология», программы «Социология массовых коммуникаций».

Она базируется на знаниях обучающихся, полученных в процессе изучения дисциплин: «Массовая культура», «Современные теории коммуникации» и «Связи с общественностью», которые закладывают необходимые основы для эффективного освоения данной дисциплины.

Для освоения дисциплины «Психология рекламы и PR» обучающимся необходимо *иметь представление* о структуре общества, о социальных условиях функционирования социальных групп, об особенностях представленности психологических знаний в общественном сознании.

*Знать* основные психологические категории, особенности и закономерности протекания психических процессов.

*Уметь* выявлять психологический контекст в повседневных и житейских ситуациях и определять психологические проблемы для конкретных социальных групп и личности.

*Владеть* навыками работы с научными первоисточниками и другой литературой, содержащей психологические знания; информацией о многообразии психологических задач в жизнедеятельности человека и общества.

Дисциплина «Психология рекламы и PR» является теоретической базой

для дальнейшего освоения дисциплин «Социология цифровых медиа».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология рекламы и PR», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению 39.04.01 Социология, программы «Социология массовых коммуникаций».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

**ПК-8** - способность и готовность использовать знание методов и теорий социальных и гуманитарных наук при осуществлении экспертной, консалтинговой и аналитической деятельности.

**В результате изучения дисциплины обучающийся должен:**

**Знать:**

- основные теории, понятия психологии рекламы и PR
- результаты эмпирических исследований в области психологии рекламы, PR и смежных областей знания

**Уметь:**

- определить проблемы психологии рекламы и PR актуальные на российском пространстве;
- управлять процессом разработки социально эффективной рекламы и PR мероприятий в современной организации;
- осуществлять стандартные процедуры консультирования специалистов, работающих в сфере рекламы и PR;

**Владеть:**

- навыками оптимизации деятельности специалистов в области рекламы, PR и СМИ;
- способами диагностики и повышения гуманизации воздействия рекламы и PR.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.