

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Б. В. Кайгородов
04 апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой психологии
Б. В. Кайгородов
04 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И PR

Составитель

**Семеняк О. В., к.псих.н.,
доцент кафедры психологии**

Согласовано с работодателями:

**Лыкова Е.К.,
руководитель отдела по психолого-
педагогической работе при управлении
образования администрации
муниципального образования
«Город Астрахань»;
Русанова О.А.,
психолог 1 категории Астраханского отряда
охраны филиала ОАО «Газпром» Южное
межрегиональное управление охраны
ОАО «Газпром» в г. Краснодаре;**

Направление подготовки

37.04.01 Психология

Направленность (профиль) ОПОП

Организационная психология

Квалификация (степень)

магистр

Форма обучения

очная, очно-заочная

Год приёма

2024

Курс

2 (по очной форме), 2 (по очно-заочной форме)

Семестр

4 (по очной форме), 4 (по очно-заочной форме)

Астрахань – 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины Б.1.Д.08.02. «Психология рекламы и PR» является: освоение основных психологических феноменов и закономерностей функционирования рекламы и PR; овладение методами психологического сопровождения рекламы и PR.

Приобретение таких знаний составляет важное условие для квалифицированного решения проблем, связанных с гармонизацией системы отношений человека с миром, с другими людьми и с самим собой.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- 1) ознакомить магистрантов с основными теоретическими положениями теории и практики психологии рекламы;
- 2) углубить теоретическую компетентность магистрантов в понимании и объяснении социально-психологических феноменов в рекламе;
- 3) обучить основам решения задач, стоящих перед специалистом по психологии рекламы и PR.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина Б.1.Д.08.02. «Психология рекламы и PR» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (к элективным дисциплинам) и осваивается в 4 семестре очной и очно-заочной формы обучения.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки:

знать: специфику индивидуальных особенностей человека, эмоционально-волевой регуляции его поведения, мотивационной сферы, познавательных процессов, личности; представления об основных понятиях, принципах и методах психологии, необходимых для последующего более глубокого понимания и лучшего усвоения специальных разделов психологии;

уметь: анализировать основные теоретические направления и подходы, общие, специфические закономерности и индивидуально-психологические особенности человека и его деятельности;

владеть: способами и приемами развития психических процессов, свойств и состояний личности человека,

которые осваиваются в следующих дисциплинах: «теории организаций», «актуальные проблемы теории и практики современной психологии».

2.3. Последующие учебные дисциплины и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: «психология воздействия».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

- а) универсальной (УК): УК-3 – способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
- в) профессиональной (ПК): ПК-3 – способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления, обеспечивать их психологическое сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-3	УК-3.2. Умеет определять стиль управления и	Знать технологии реализации основных	Уметь анализировать и интерпретировать	Владеть принципами и методами

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
	эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности;	функций управления	результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами	организации командной деятельности
ПК-3	ПК-3.3. Владеет применением психологических технологий для сопровождения управленческих задач в организации	Знать психологические технологии сопровождения управленческих задач в организации	Уметь применять психологические технологии сопровождения управленческих задач в организации	Владеть навыками применения психологических технологий для сопровождения управленческих задач в организации

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

Трудоёмкость отдельных видов учебной работы студентов очной и очно-заочной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очно-заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том	33	18

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очно- заочной формы обучения
числе (час.):		
- занятия лекционного типа, в том числе:	11	-
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	22	18
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-	-
- консультация (предэкзаменационная)	-	-
- промежуточная аттестация по дисциплине	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	39	54
Форма промежуточной аттестации обучающегося (экзамен/зачёт), семестр(ы)	зачёт	зачёт

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

**Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины
для очной формы обучения**

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемо ст и, форма промежуточ ной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина	3		7					14	24	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Тема 2. Психология пропаганды	5		7					12	24	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Тема 3. PR-технологии	5		8					11	24	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										зачёт
Итого за весь период	11		22					39	72	

для очно-заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемости и, форма промежуточ ной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина			6					18	24	Составлен ие опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Тема 2. Психология пропаганды			6					18	24	Составлен ие опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Тема 3. PR-технологии			6					18	24	Составлен ие опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										зачёт
Итого за весь период			18					54	72	

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых в них компетенций

Разделы, темы дисциплины	Кол- во часов	Код компетенции		общее количество компетенций
		УК-3	ПК-3	
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина	24	+	+	2
Тема 2. Психология пропаганды	24	+	+	2
Тема 3. PR-технологии	24	+	+	2
Итого	72	+	+	2

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Психология рекламы как дисциплина

Предмет, методы задачи психологи рекламы. Актуальные проблемы. История создания рекламы. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы. Формы

психологического воздействия в рекламе. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения общества и культуры. Психологическое сопровождение рекламы. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент.

Тема 2. Психология пропаганды

Проблема социальной ответственности в рекламе. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации. Пропаганда как вид рекламной деятельности. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека.

Тема 3. PR-технологии

PR-технологии: разновидности и базовые инструменты. Эффективность рекламных и PR-мероприятий. Основные направления PR (по С. Блэку). Задачи PR и их характеристика. Планирование PR-кампании. Стратегический подход к планированию PR. Этапы планирования PR-кампании.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Основные формы занятий по данной дисциплине являются лекционные и практические (семинарские) занятия. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Слушание лекции предполагает активную мыслительную деятельность студентов, главная задача которых – понять сущность рассматриваемой темы, уловить логику рассуждений лектора; размышляя вместе с ним, оценить его аргументацию, составить собственное мнение об изучаемых проблемах и соотнести услышанное с тем, что уже изучено. При этом студент должен конспектировать (делать записи) изложенный в лекции материал. Ведение конспектов является творческим процессом и требует определенных умений и навыков. Целесообразно следовать некоторым практическим советам: формулировать мысли кратко и своими словами, записывая только самое существенное; учиться на слух отделять главное от второстепенного; оставлять в тетради поля, которые можно использовать в дальнейшем для уточняющих записей, комментариев, дополнений; постараться выработать свою собственную систему сокращений часто встречающихся слов (это дает возможность меньше писать, больше слушать и думать). Сразу после лекции полезно просмотреть записи и по свежим следам восстановить пропущенное и дописать в конспект.

Практическое (семинарское) занятие – это особая форма учебно-теоретических занятий, которая, как правило, служит дополнением к лекционному курсу. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Преподаватель дает возможность студентам свободно высказаться по обсуждаемому вопросу и только помогает им правильно построить обсуждение. Студенты заблаговременно знакомятся с планом семинарского занятия и литературой, рекомендуемой для изучения данной темы, чтобы иметь возможность подготовиться к семинару.

При подготовке к занятию необходимо: проанализировать его тему, подумать о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение; внимательно прочитать конспект лекции по этой теме; изучить рекомендованную литературу, делая при этом конспект прочитанного или выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре; постараться сформулировать свое мнение по каждому вопросу и аргументировано его обосновать. Практическое (семинарское) занятие помогает студентам глубоко овладеть предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной аргументации, научного мышления. Преподавателю же работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

Семинарские занятия по дисциплине могут проводиться с применением принципов работы в командах, обучения равных равными, использования методов геймификации, визуализации, анализа текстов, подготовки групповых проектных заданий и др.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

При освоении курса необходимо ознакомиться с рабочей программой и подобрать соответствующую литературу. Теоретический материал следует изучать последовательно в соответствии с рабочей программой. Также следует ориентироваться на конспекты лекций, излагающие кратко материал курса. Это позволит получить представления о предметном поле дисциплины, освоив соответствующую терминологию, выявить сущность основных понятий и закономерностей, определить основные подходы к решению поставленных задач.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся
для очной формы обучения**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
1. Предмет, методы задачи психологи рекламы 2. Актуальные проблемы 3. История создания рекламы 4. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы 5. Формы психологического воздействия в рекламе 6. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения общества и культуры 7. Психологическое сопровождение рекламы 8. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования 9. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент.	14	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
1. Проблема социальной ответственности в рекламе 2. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации 3. Пропаганда как вид рекламной деятельности 4. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека	12	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты 2. Эффективность рекламных и PR-мероприятий 3. Основные направления PR (по С. Блэку) 4. Задачи PR и их характеристика 5. Планирование PR-кампании 6. Стратегический подход к планированию PR 7. Этапы планирования PR-кампании	11	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

для очно-заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
1. Предмет, методы задачи психологи рекламы 2. Актуальные проблемы 3. История создания рекламы 4. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы 5. Формы психологического воздействия в рекламе 6. Психологические проблемы рекламной деятельности с	18	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

точки зрения общества и культуры 7. Психологическое сопровождение рекламы 8. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования 9. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент.		
1. Проблема социальной ответственности в рекламе 2. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации 3. Пропаганда как вид рекламной деятельности 4. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека	18	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты 2. Эффективность рекламных и PR-мероприятий 3. Основные направления PR (по С. Блэку) 4. Задачи PR и их характеристика 5. Планирование PR-кампании 6. Стратегический подход к планированию PR 7. Этапы планирования PR-кампании	18	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины , выполняемые обучающимися самостоятельно

Основные требования к составлению доклада для семинарского занятия

Доклад состоит из трёх частей: введение, основная часть, выводы.

Введение – предварительное сообщение общего характера.

Основная часть доклада состоит из двух частей теоретической и практической. В теоретическом разделе отражаются основные научные положения по заявленной теме. В практической части дается анализ конкретных ситуаций по исследуемой проблематике.

Выводы доклада формируются на основе полученных теоретических знаний, а также студент предлагает свои предложения и рекомендации по заявленному вопросу семинарского занятия.

Доклад должен сопровождаться презентационным материалом. В презентационном докладе могут содержаться видеоматериалы, помимо основных текстовых положений темы. Допустимый объём слайдов 8-10. При подготовке всех форм семинарских занятий студенты должны использовать максимальный объём научной литературы. Помимо предложенного списка источников допускается и даже приветствуется самостоятельный подбор литературы студентом.

Особенности работы над рефератом

Подготовка реферата (доклада).

Цель задания – самостоятельное углублённое изучение отдельных тем курса, выработка навыков научного анализа психологической литературы.

Реферат представляет собой сокращённое отображение реферируемого произведения (15-20 стр. текста). Главным его достоинством является по возможности точное, концентрированное воспроизведение предмета реферирования, изложение в письменном виде и/или в форме публичного выступления результатов самостоятельного изучения какой-либо проблемы. В зависимости от выбранной темы, целей и задач исследования реферат по клинической психологии предполагает обзор психологических первоисточников, историко-психологической и научно-теоретической литературы. Написание реферата предполагает изложение авторской позиции по выбранной проблеме путём сопоставления с реферируемым произведением. Перечень тем рефератов и докладов представлен в программе.

Особенности выполнения задания.

Предложенные темы рекомендуется раскрывать по нескольким работам, соответственно изложение темы будет носить обзорный характер. При подготовке рефератов студенты должны

ориентироваться на список основной и дополнительной литературы, предложенный в программе дисциплины.

Общая структура реферата традиционно включает в себя введение, основную часть, заключение и библиографию.

Во введении обосновывается актуальность темы для науки и для изучения данного учебного курса в частности. Эта часть реферата также включает перечень ключевых для понимания данной проблемы понятий.

В основной части реферата передаётся содержание изученных первоисточников по данной проблеме.

В заключении студент приводит собственные выводы по изученной проблеме, высказывает аргументированное согласие/несогласие с позицией авторов.

Требования к оформлению работы.

Работа должна быть написана логично, последовательно, чётко, грамотно; с соблюдением абзацев, страницы пронумерованы, на каждой следует оставлять поля для замечаний рецензента.

Критерии оценивания рефератов

Оценкой «**отлично**» оценивается реферат, в котором соблюдены следующие требования: обоснована актуальность избранной темы; полно и четко представлены основные теоретические понятия; проведен глубокий анализ теоретических и практических исследований по проблеме; продемонстрировано знание методологических основ изучаемой проблемы; показана осведомленность о новейших исследованиях в данной отрасли (по материалам научной периодики); уместно и точно использованы различные иллюстративные приемы – примеры, схемы, таблицы и т. д.; показано знание межпредметных связей; работа написана с использованием терминов современной науки, хорошим русским языком, соблюдена логическая стройность работы; соблюдены все требования к оформлению реферата.

Оценкой «**хорошо**» оценивается реферативная работа, в которой в целом раскрыта актуальность темы; в основном представлен обзор основной литературы по данной проблеме; недостаточно использованы последние публикации по данному вопросу; выводы сформулированы недостаточно полно; собственная точка зрения отсутствует или недостаточно аргументирована; в изложении преобладает описательный характер.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется при условии: изложение носит исключительно описательный, компилятивный характер; библиография ограничена; изложение отличается слабой аргументацией; работа не выстроена логически; недостаточно используется научная терминология; выводы тривиальны; имеются существенные недостатки в оформлении.

Если большинство изложенных требований к реферату не соблюдено, то реферат не засчитывается.

Составление опорной схемы по вопросу

Самостоятельная работа студентов предполагает осмысление и структурирование изучаемого материала. Одной из форм структурирования изучаемого материала является составление опорной схемы по изучаемому вопросу.

Опорная схема – это блок-схема, т. е. схема, состоящая из блоков и связей между ними. Блоки нужно выделять на основе ключевых составляющих понятий или явлений, способа действия, алгоритма. Возможности современных офисных компьютерных программ облегчают создание удобных для восприятия опорных схем. Опорную схему нужно пояснять дополнительными иллюстративными материалами, конкретными примерами,

Создавать опорную схему следует в следующем порядке:

- выделение ключевых фрагментов из вербального описания (литературного источника – статьи, монографии): смысловых блоков и связей между ними;
- выбор двух-трёх словесных обозначений для каждого фрагмента, при этом сокращение должно быть конструктивным;
- составление списка этих словесных обозначений, который поможет яснее увидеть связи между блоками и создать эскиз опорной схемы;
- создание черновика схемы на большом листе или в специальной компьютерной программе (например, MS Visio). Важно, чтобы схема могла допускать ее редактирование с целью ее симметричности, единообразия, удобства для восприятия и понимания. Целью является не быстрое, а качественное создание схемы;

- перенос готовой опорной схемы на носители, которые планируется использовать на занятии, в образовательной платформе дистанционного обучения LMS Moodle.

Наиболее удобно размещать опорную схему в электронной презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титульного») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (опорная схема), слайд с текстовым разъяснением схемы и слайд с выводом по раскрываемому вопросу.

Анализ монографий и составление аннотаций

Самостоятельная работа студентов предполагает следующие формы: изучение научно-методической работ и беседа по их содержанию, а также анализ и реферирование источников, обозначенных в программе.

Остановимся подробнее над тем, **как необходимо работать над литературным источником.**

Начинать работу над изучением книги (статьи) целесообразно с общего **предварительного знакомства**. Алгоритм работы может быть представлен следующим образом:

- формальные характеристики анализа – название, автор, когда издана (были ли дополнения, исправления, переработки и т.д., трансформировались ли взгляды автора по данной проблеме), выясняем объём;
- содержательный обзор – знакомимся с введением, оглавлением, с общим планом, с заключением, в котором автор, как правило, резюмирует основное.

После предварительного знакомства следует бегло ознакомиться со всем текстом, выделенным для анализа, при этом главной задачей будет постараться понять содержание текста в целом, выделить основные мысли или идеи текста (о чём говорится? какие вопросы ставиться). Какова позиция автора (позитивная, негативная, нейтральная, двойственное отношение к изложенной проблеме; предлагаемый ответ на поставленный вопрос, основные аргументы)? Определите проблему или проблематику, поднятую автором, насколько она актуально и значима.

Работая с источником, можно придерживаться следующих рекомендаций.

Обращайте внимания на все непонятные понятия и выражения, работая с текстом, используйте понятийный словарь. Ведите диалог с автором текста. Читая, ставьте вопросы к тексту и выдвигайте предположения о дальнейшем его содержании. Проверяйте верность выдвинутых вами предположений при чтении последующих частей текста.

Спорьте с автором, выдвигайте свои контраргументы. (Свой ответ аргументируйте, используя значения из других теоретических источников, практического материала, жизненных наблюдений). Старайтесь выделять в тексте главное, существенные мысли. Найдите важную информацию, делайте выписки основных идей, положений. Обращайте внимание на фразы, выделенные графически (так как именно они часто выражают ключевые понятия и мысли). Особое внимание уделяйте первым фразам каждого абзаца, так как они, как правило, выражают обобщающее суждение автора. Это поможет выполнить задание, связанные с анализом текста, позволит лучше понять позицию автора текста.

Заключительные этап работы с текстом предполагает повторное прочитывание текста с конспектированием (выделение плана, отбор цитат и т.д.). Работая на данном этапе, следует отбирать главные мысли автора, основные положения, выписывать новые термины, уточнять их содержание. На этом этапе читаемый материал включается в уже имеющиеся знания, и занимают в их системе определённое место. При высказывании собственного мнения необходимо сохранять научный стиль изложения собственной позиции по анализируемому источнику.

Критерии оценивания задания:

Исходя из общих принципов оценивания самостоятельной работы студентов, выполнения задания оценивается по следующим критериям: глубина и полнота раскрытия проблем, изложенных в первоисточнике; логичность и связанность изложения авторской позиции, точность передачи содержания первоисточника; наличие собственного мнения по проблемам, поднимаемым в первоисточнике; культура речи.

Составление опорных схем и таблиц

Цель работы – формирование у студента навыка анализа учебно-методического текста в виде словесно-схематического изображения прочитанного.

Особенности выполнения задания.

Тема для составления опорных схем и таблиц выбирается студентами самостоятельно из представленного в программе списка. Содержательное наполнение схем и таблиц должно развивать положения, представленные в лекционном курсе или представлять альтернативные подходы к изучаемой проблеме.

Основное содержание опорных схем обязательно должно включать в себя следующие моменты:

- описание сущности изучаемого явления или феномена;
- выделение особенностей протекания психических процессов;
- раскрытие особенностей работы психолога по данной тематике.
- список использованной литературы.

Критерии оценки – полнота изложенного материала, последовательность в раскрытии проблемы, чёткость формулировок, обозначение взаимосвязи между отдельными аспектами проблемы, аккуратность оформления.

Каждое грамотно выполненное задание оценивается в 5 баллов.

Составление тематического словаря понятий.

Словарь необходимо вести на протяжении изучения курса, в процессе изучения каждого раздела учебной дисциплины. При этом выбранная тема словаря должна расширяться на каждом этапе обучения. При заполнении терминологического словаря рекомендуется использовать следующий алгоритм анализа: термин; содержание; автор термина; источник сведений (наименование источника, изд-во, год, стр.)

Составление глоссария ключевых понятий психологии развития.

Глоссарий необходимо вести на протяжении изучения курса, в процессе изучения каждого раздела учебной дисциплины. При этом выбранная тема глоссария должна расширяться на каждом этапе обучения. При заполнении терминологического глоссария рекомендуется использовать следующий алгоритм анализа: термин; содержание; автор термина; источник сведений (наименование источника, изд-во, год, стр.) Количество терминов не менее 30.

Глоссарий может быть составлен по следующему образцу:

Понятие	Определение	Автор, выходные данные источника
Амбивалентность	(от лат. ambo – оба и valentia – сила) термин З. Фрейда. А. – характеристика влечений, в которых психоанализ выделяет созидательные и разрушительные тенденции – влечение к жизни и влечение к смерти (Эрос и Танатос).	Психологический словарь, М., 2006.

Критериями для оценивания качества словаря являются:

- соответствие терминов заданной направленности словаря;
- полнота словаря;
- наличие альтернативных толкований того или иного термина.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: ролевые игры, круглый стол, кейс-задачи, творческие групповые и индивидуальные задания, проектная деятельность.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина	Обзорная лекция	Составление опорной схемы	Не предусмотрено

		по вопросу, фронтальный опрос	
Тема 2. Психология пропаганды	Лекция-диалог	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос	Не предусмотрено
Тема 3. PR-технологии	Обзорная лекция	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды [LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров].

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Microsoft Office 2013	Пакет офисных программ
OpenOffice	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Mozilla FireFox	Браузер
Google Chrome	Браузер
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/
Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Психология рекламы и PR» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 2. Психология пропаганды	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 3. PR-технологии	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
------------------	---------------------

5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Психология рекламы как дисциплина

1. Устный опрос по следующим вопросам:

1. Предмет, методы задачи психологи рекламы
2. Актуальные проблемы
3. История создания рекламы
4. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы
5. Формы психологического воздействия в рекламе
6. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения общества и культуры
7. Психологическое сопровождение рекламы
8. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования
9. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор магистранта) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титального») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом магистранта по раскрываемому вопросу.

Тема 2. Психология пропаганды

1. Устный опрос по следующим вопросам:

1. Проблема социальной ответственности в рекламе
2. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации
3. Пропаганда как вид рекламной деятельности
4. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор магистранта) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («тительного») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом магистранта по раскрываемому вопросу.

Тема 3. PR-технологии

1. Дискуссия по следующим вопросам:

1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты
2. Эффективность рекламных и PR-мероприятий
3. Основные направления PR (по С. Блэку)
4. Задачи PR и их характеристика
5. Планирование PR-кампании
6. Стратегический подход к планированию PR
7. Этапы планирования PR-кампании

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор магистранта) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («тительного») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом магистранта по раскрываемому вопросу.

Темы для рефератов

1. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты
2. Актуальные проблемы психологии рекламы и PR
3. Задачи PR и их характеристика
4. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования
5. История создания рекламы
6. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека
7. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент
8. Основные направления PR (по С. Блэку)
9. Планирование PR-кампании
10. Предмет, методы задачи психологи рекламы
11. Проблема социальной ответственности в рекламе
12. Пропаганда как вид рекламной деятельности
13. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения общества и культуры
14. Психологическое сопровождение рекламы
15. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации
16. Стратегический подход к планированию PR
17. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы
18. Формы психологического воздействия в рекламе
19. Этапы планирования PR-кампании
20. Эффективность рекламных и PR-мероприятий

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачёт

1. Предмет, методы задачи психологи рекламы
2. Актуальные проблемы
3. История создания рекламы

4. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы
5. Формы психологического воздействия в рекламе
6. Психологические проблемы рекламной деятельности с точки зрения общества и культуры
7. Психологическое сопровождение рекламы
8. Задачи психолога в сопровождении рекламы на разных этапах её функционирования
9. Основные методы психологического исследования в рекламе: анкетирование, интервью, метод фокус-группы, проективные методы, эксперимент
10. Проблема социальной ответственности в рекламе
11. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой информации
12. Пропаганда как вид рекламной деятельности
13. Механизмы воздействия пропаганды на психику человека
14. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты
15. Эффективность рекламных и PR-мероприятий
16. Основные направления PR (по С. Блэку)
17. Задачи PR и их характеристика
18. Планирование PR-кампании
19. Стратегический подход к планированию PR
20. Этапы планирования PR-кампании

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели				
1	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. К стилям руководства относятся: а. манера поведения, стиль, уважение б. правильный и неправильный с. авторитарный, демократический, либеральный	с.	1 мин.
2	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Способность почувствовать и понять эмоции других людей а. эмпатия б. раздражимость с. экстрасенсорика	а.	1 мин.
3	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Метод эффективного	а.	1 мин.

		распределения рабочих обязанностей, процессов и взаимодействия сотрудников друг с другом, соседними отделами и непосредственным начальством, называется: а. организация работы б. должностные обязанности с. причина конфликта		
4	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Процесс определения и постановки целей работы команды для достижения результата называется а. целеполагание б. должностные обязанности с. работа лидера команды	а.	1 мин.
5	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Верно ли утверждение: при командной работе не нужно вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели? а. нет б. да	а.	1 мин.
6	Задание комбинированного типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и напишите аргументы, обосновывающие выбор ответа: На каких аспектах базируется успех командной работы? а) коммуникация, сотрудничество и координация б) повышение оплаты труда, престижность организации, лояльность	а. Успешная командная работа строится на трех основных аспектах: коммуникация, сотрудничество и координация. Эти элементы позволяют группе эффективно достичь желаемых результатов, избегая недоразумений и конфликтов. Ключевыми компонентами успешной команды	3 мин.

		руководства в) постоянное повышение квалификации, многозадачность трудовой деятельности, постоянное изменение целей профессиональной деятельности	являются: Эффективная коммуникация: Четкое и открытое общение, включая умение слушать и понимать разные точки зрения, позволяет избежать недоразумений и конфликтов. Сотрудничество: Умение работать вместе, делиться знаниями и опытом, а также поддерживать друг друга в достижении общих целей. Координация: Правильная организация работы, распределение задач и обязанностей, а также эффективное управление конфликтами	
6	Задание открытого типа	Прочитайте текст, запишите ответ и его обоснование. В чём отличия коллектива и команды?	Команда и коллектив – это группы людей, объединённые общей деятельностью, но с разными принципами работы и целями. Команда – это группа, объединённая для достижения конкретной цели, где участники взаимозависимы и несут коллективную ответственность за результат. Коллектив – это более широкое понятие, охватывающее группу людей, работающих в одной организации, где каждый может иметь свои индивидуальные цели и ответственность	3 мин.
7	Задание открытого типа	Прочитайте текст, запишите ответ и его обоснование. Как настроить команду на результат?	Вовлекать команду. Давать сотруднику почувствовать, что он вносит вклад в общее дело. Вдохновить коллектив своим	3 мин.

			примером и оптимизмом. Ставить четкие цели. Отмечать позитивные качества каждого.	
8	Задание открытого типа	Прочитайте текст, запишите ответ и его обоснование. Чем помогает командная работа?	Во-первых, это мощный инструмент эффективного достижения целей, организации и реализации, поставленных внутри нее задач. Во-вторых, командная работа – это инструмент для личностного и профессионального роста каждого сотрудника, который является членом этой команды.	3 мин.
9	Задание открытого типа	Прочитайте текст, запишите ответ и его обоснование. Как командная работа влияет на общий успех?	Командная работа способствует формированию деловых качеств, очень важных для взаимодействия в коллективе. Учит прислушиваться к мнению других и корректно вести дискуссию. Эти качества оказывают влияние на общий успех, внедрять нестандартные или передовые идеи	3 мин.
10	Задание открытого типа	Прочитайте текст, запишите ответ и его обоснование. Что означает термин «обмен опытом»?	«Обмен опытом» обычно означает передачу знаний, навыков и практического опыта между людьми, группами или организациями. Этот процесс может быть формальным или неформальным и включает в себя как устное общение, так и письменные материалы или другие формы коммуникации.	3 мин.
ПК-3. Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления, обеспечивать их психологическое				

сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия				
1	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Что не входит в стратегическое планирование: а. определение миссии, целей и задач организации б. анализ внешней и внутренней среды, включая конкурентный анализ, swot-анализ с. формулировка и выбор стратегии развития д. разработка плана реализации стратегии, включающего конкретные задачи, сроки и ресурсы е. набор персонала	е.	1 мин.
2	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Подготовка информации, полезной для принятия решений, направленных в будущее – это: а. ретроспективный анализ б. внутренний перспективный анализ с. с. оперативный анализ	б.	1 мин.
3	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Поле организационного поведения включает факторы: а. людей, организационные структуры, технологии и внешнюю среду организации; б. людей, рабочие группы, подразделения; с. людей, организационные структуры,	а.	1 мин.

		руководителей; d. внутреннюю среду организации, рабочие группы, персонал.		
4	Задание комбинированного типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и напишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Под организационным поведением понимают: a. поведение людей в организации; b. систематический научный анализ поведения индивидов, групп, организаций; c. поведение людей в рабочих группах; d. деятельность организации в целом.	b. Организационное поведение представляет собой отрасль знаний, сущность которой состоит в систематическом и научном анализе поведения отдельных личностей, групп, организаций с целью понимания, прогнозирования и улучшения показателей работы индивидуумов и, в конечном итоге, организаций, частью которых они являются.	3 мин.
5	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Что такое модели организационного поведения? a. это правила поведения в организации; b. это системы убеждений, которые определяют деятельность руководителя в конкретной компании; c. это организационные структуры; d. это планирование деятельности организации.	b.	1 мин.
6	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Объясните термин «стиль руководства»	Обобщенные виды поведения руководителя в отношениях с подчиненными в процессе достижения поставленных целей	3 мин.
7	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Почему так активно	Психологическое воздействие является важнейшим практическим	3 мин.

		изучается в настоящий момент психологическое воздействие рекламы?	направлением в современной психологической науке, поскольку проникает в тайны человеческих взаимоотношений и вооружает основами управления людьми	
8	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Что такое убеждение с точки зрения психологии рекламы?	Убеждение – это неманипулятивный метод психологического воздействия на сознание личности, с целью осознанного принятия ею определенных установок, оценок и суждений	3 мин.
9	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Назовите эстетические мотивы приобретения продукта	Эстетические мотивы. Эти мотивы определяются внешним видом изделия, привлекательностью формы, оригинальностью цветового решения	3 мин.
10	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Что определяет мотив престижа в приобретении товара?	Мотив престижа заставляет приобретать товар для того, чтобы подчеркнуть социальный статус покупателя, его положение в обществе. Некоторые товары покупаются только для этого	3 мин.

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
семестр 1. Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях:		30	по календарно-тематическому плану
1.1.	полный ответ по вопросу	5/2 балла	15	
1.2.	дополнение	10/0,5 балла	5	
1.3.	доклад (сообщение) по	2/5 баллов	10	

	дополнительной теме			
2.	Выполнение творческих заданий	5/3 балла	20	по календарно-тематическому плану
3.	Выполнение контрольной работы	2/10 баллов	20	по календарно-тематическому плану
4.	Практическая работа по темама	5/6 баллов (0,6 балла за каждый правильный ответ)	20	по календарно-тематическому плану
Всего			90	
5.	Блок бонусов			
5.1.	Посещение занятий	0,2 балла за занятие, но не более 4	10	по календарно-тематическому плану
5.2.	Активность студента на занятии	0,4 балла за занятие, но не более 3		
5.3.	Наличие тематических портфолио	0,2 балла но не более 1		
	Участие с докладами на научных конференциях	0,2 балла но не более 2		
Всего			10	
Итого:			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Нарушение учебной дисциплины	-4
Неготовность к занятию	-4
Пропуск занятий без уважительной причины (за одно занятие)	-4

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Оценки		
Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551845>

8.2. Дополнительная литература

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556714>
2. Алёхин, А. Н. Распознавание психических расстройств в психологической практике : учебное пособие для вузов / А. Н. Алёхин, М. В. Пеккер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16143-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537003>
3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18364-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534862>
4. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543309>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента».** Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru. *Регистрация с компьютеров АГУ*
2. **Электронная библиотечная система IPRbooks.** www.iprbookshop.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционная аудитория с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, зал открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Аудитория для семинарских занятий с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, организации командной работы со студентами.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на

соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитав задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).