

Приложение

К ООП по специальности/профессии

42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.05 Психология рекламы

2024

Программу составили:

1. Захаренко Людмила Викторовна

Дисциплина: ОПЦ.05 Психология рекламы

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании учебного плана по специальности «42.02.01 Реклама»

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Здоровоохранения и индустрии красоты

Протокол №4 от 15.01.2024

Заведующий кафедрой Халяпина Людмила Владимировна

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПЦ.05 Психология рекламы

(наименование дисциплины)

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОПЦ.05 Психология рекламы является обязательной частью обязательной частью цикла основной образовательной программы в соответствии ФГОС «42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub)» по специальности . Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии общих компетенций (ОК), профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
2. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
3. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
4. ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности
5. ЛР 11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
6. ЛР 15. Готовность к профессиональной конкуренции и организации и управлением процессом изготовления рекламного продукта
7. ЛР 21. Самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством
8. ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.
9. ЛР 23. Овладение обучающимися социальными, регулятивными, коммуникативными и общекультурными компетенциями, обеспечивающими ему индивидуальную успешность в общении, результативность в социальных практиках, в процессе сотрудничества с окружающими
10. ЛР 24. Вовлечение обучающегося в процессы самопознания, самопонимания, содействие обучающимся в соотнесении представлений о собственных возможностях, интересах, ограничениях с запросами и требованиями

окружающих людей, общества, государства

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ОК, ПК	Умения	Знания
<p>ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 12, ЛР 23., ЛР 24.</p>	<p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.;</p> <p>использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</p> <p>уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</p> <p>доводить информацию заказчика до ЦА;</p> <p>учитывать мнение заказчика при планировании РК.;</p> <p>определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);</p> <p>определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки;</p> <p>определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;</p> <p>осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;</p> <p>производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.;</p> <p>уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.;</p> <p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;</p> <p>использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;</p> <p>доводить информацию заказчика до целевой аудитории;</p> <p>анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;</p> <p>производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;</p> <p>проявлять толерантность в рабочем коллективе.;</p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке;</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.;</p> <p>организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).;</p> <p>реализовывать составленный план;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте</p>	<p>формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда.;</p> <p>аудиторию различных средств рекламы.;</p> <p>способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды.;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений.;</p> <p>особенности социального и культурного контекста.;</p> <p>основы проектной деятельности.;</p> <p>технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.;</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.;</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.;</p> <p>принципы функционирования современных социальных медиа.;</p> <p>особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете.;</p> <p>виды запросов пользователей в поисковых системах интернета.;</p> <p>технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций.;</p> <p>отраслевую терминологию.;</p> <p>принципы выбора каналов коммуникации.;</p> <p>структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.;</p> <p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности.;</p> <p>порядок оценки.;</p> <p>структуру плана для решения задач.;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах.;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях.;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.;</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить.;</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной дисциплины

Вид учебной работы	Объём в часах
Лекционные занятия	18
Практическая подготовка	20
Общий объём образовательной программы учебной дисциплины, в том числе в форме практической подготовки	38
Форма(-ы) контроля: Зачет	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.05 Психология рекламы

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	
Тема 1 Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	Содержание учебного материала			ЛР 12, ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23.	
	1	Лекционные занятия №1 Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	2		1
	2	Практическая подготовка №1 Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	2		2
	3	Практическая подготовка №2 Рационально-эмоциональный баланс рекламного сообщения	2	2	
Тема 2 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12	
	1	Лекционные занятия №2 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	2		1
	2	Практическая подготовка №3 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	2	2	
Тема 3 Рекламная деятельность как психотехнология	Содержание учебного материала			ЛР 12, ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23.	
	1	Лекционные занятия №3 Рекламная деятельность как психотехнология	2		1
	2	Практическая подготовка №4 Рекламная деятельность как психотехнология	2	2	
Тема 4 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12	
	1	Лекционные занятия №4 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	2		1
	2	Практическая подготовка №5 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	2	2	
Тема 5 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12	
	1	Лекционные занятия №5 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	2		1
	2	Практическая подготовка №6 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	2	2	
Тема 6 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12	
	1	Лекционные занятия №6 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2		1
	2	Практическая подготовка №7 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2	2	
Тема 7 Психология мотивации в рекламе	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12	
	1	Лекционные занятия №7 Психология мотивации в рекламе	2		1
	2	Практическая подготовка №8 Психология мотивации в рекламе	2	2	
Тема 8 Мотивационные факторы целевого поведения	Содержание учебного материала			ЛР 12, ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23.	
	1	Лекционные занятия №8 Мотивационные факторы целевого поведения	2		1
	2	Практическая подготовка №9 Мотивационные факторы целевого поведения	2	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 9	Содержание учебного материала			ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 24., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12
Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	1 Лекционные занятия №9 Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	2	1	
	2 Практическая подготовка №10 Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	2	2	
Всего		38		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие помещения:

Кабинет методики обучения продуктивным видам деятельности
Кабинет материаловедения
Кабинет истории экранных искусств
Кабинет психологии в рекламе
Лаборатория материаловедения
Мастерская макетирования:

1. Плакаты по истории экранных искусств (5 шт.)
2. стул преподавателя (1 шт.)
3. Рабочее место преподавателя, персональный компьютер с подключением к сети «Интернет» (1 шт.)
4. Стол ученический (13 шт.)
5. стул ученический (13 шт.)
6. стол преподавателя (1 шт.)
7. мольберт-тренога (10 шт.)
8. мольберт-хлопушка (5 шт.)
9. планшет (10 шт.)
10. шкаф открытый (3 шт.)
11. шкаф закрытый (2 шт.)
12. шкаф-антресоль (1 шт.)
13. шкаф-гардероб (1 шт.)
14. стеллаж (4 шт.)
15. стеллаж низкий (1 шт.)
16. линейки (20 шт.)
17. доска 3 х элементная (1 шт.)
18. Плакаты по психологии в рекламе (8 шт.)
19. Мультимедийное оборудование (проектор, экран) (1 шт.)

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные издания

1. 1. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А.

Измайлова. - 4-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 442 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093523>

2. 2. Маркова Е.В. Психология рекламы: учебное пособие / Е.В. Маркова. – М.: ФОРУМ, 2020. - 152 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1074811>

3. 3. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: учебное пособие / Р.И. Мокшанцев; под ред. М.В. Удальцовой. – М.: ИНФРА-М: Сиб. согл., 2019. - 232 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>

4. 4. Тимофеев М.И. Психология рекламы: учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 224 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991848>

3.2.2. Дополнительные источники

1. 1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR: учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. - М.: ИНФРА-М, 2019. - 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://new.znanium.com>]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034516>

2. 2. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. URL: <https://urait.ru/bcode/489012>

3.2.3. Интернет-ресурсы

1. 1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»

2. 2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования

3. 3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ

4. 4. <http://www.znanium.com> - ЭБС «Знаниум»

5. 5. <http://www.psychologos.ru/articles/view/psihologos> - энциклопедия практической психологии

6. 6. <https://psychojournal.ru/> - научно-популярный психологический портал (информационный портал по психологии)

7. 7. <http://psychology.net.ru/talk/> - психологический форум сайта «Мир психологии»

8. 8. <https://book.ru/> - ЭБС "Book"

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Образовательные результаты освоения образовательной программы учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знание		
формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	знает формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	Решение ситуативных задач
аудиторию различных средств рекламы;	знает аудиторию различных средств рекламы;	Решение ситуативных задач
способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	знает способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	Решение ситуативных задач
правила оформления документов и построения устных сообщений.	знает правила оформления документов и построения устных сообщений.	Решение ситуативных задач
особенности социального и культурного контекста;	знает особенности социального и культурного контекста;	Решение ситуативных задач
основы проектной деятельности.	знает основы проектной деятельности.	Решение ситуативных задач
технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	знает технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	Решение ситуативных задач
важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.	знает важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.	Решение ситуативных задач
важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	знает важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	Решение ситуативных задач
принципы функционирования современных социальных медиа;	знает принципы функционирования современных социальных медиа;	Решение ситуативных задач
особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	знает особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	Решение ситуативных задач
виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	знает виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	Решение ситуативных задач
технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	знает технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	Решение ситуативных задач
отраслевую терминологию;	знает отраслевую терминологию;	Решение ситуативных задач
принципы выбора каналов коммуникации;	знает принципы выбора каналов коммуникации;	Решение ситуативных задач
структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.	знает структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.	Решение ситуативных задач
психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	знает психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	Решение ситуативных задач
порядок оценки.	знает порядок оценки.	Решение ситуативных задач
структуру плана для решения задач;	знает структуру плана для решения задач;	Решение ситуативных задач
методы работы в профессиональной и смежных сферах;	знает методы работы в профессиональной и смежных сферах;	Решение ситуативных задач
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	знает алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	Решение ситуативных задач
основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	знает основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	Решение ситуативных задач
актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;	знает актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;	Решение ситуативных задач

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умение		
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	использует приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	Опрос
использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	использует приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	Опрос
уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия	организовывает и уверенно проводит рекламные мероприятия	Опрос
использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	использует методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	Опрос
доводить информацию заказчика до ЦА	доводит информацию заказчика до ЦА	Опрос
учитывать мнение заказчика при планировании РК.	учитывает мнение заказчика при планировании РК.	Опрос
определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	определяет и варьирует комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	Опрос
определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки	определяет и варьирует способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки	Опрос
определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	определяет конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	Опрос
осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	осуществляет выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	Опрос
производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.	производит качественные аналитические исследования конкурентной среды.	Опрос
уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	умеет завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекает и мотивирует ее участие в исследовании.	Опрос
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	использует приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	Опрос
использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований	использует приемы привлечения аудитории при проведении исследований	Опрос
доводить информацию заказчика до целевой аудитории	доводит информацию заказчика до целевой аудитории	Опрос
анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	анализирует каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	Опрос
производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	производит качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	Опрос
проявлять толерантность в рабочем коллективе.	проявляет толерантность в рабочем коллективе.	Опрос
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке	Опрос
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	Опрос
организовывать работу коллектива и команды	организовывает работу коллектива и команды	Опрос
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Опрос
реализовывать составленный план	реализовывает составленный план	Опрос
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	владеет актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	Опрос
составлять план действия; определять необходимые ресурсы	составляет план действия; определяет необходимые ресурсы	Опрос
анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи	анализирует задачу и/или проблему и выделяет её составные части; определяет этапы решения задачи	Опрос
распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	распознаёт задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	Опрос

4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Знание		
формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№40
аудиторию различных средств рекламы;	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№39
способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№38
правила оформления документов и построения устных сообщений.	ОК 05., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№37
особенности социального и культурного контекста;	ОК 05., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№36
основы проектной деятельности.	ОК 04., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№35
технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№41
важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.	ЛР 24., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№50
важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	ЛР 24., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№49
принципы функционирования современных социальных медиа;	ЛР 23., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№48
особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	ЛР 21., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№47
виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	ЛР 21., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№46
технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	ЛР 15., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№45
отраслевую терминологию;	ЛР 15., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№44
принципы выбора каналов коммуникации;	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№43
структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№42
психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	ОК 04., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№34
порядок оценки.	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№33
структуру плана для решения задач;	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№32
методы работы в профессиональной и смежных сферах;	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№31
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№30
основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№29
актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№28
Умение		
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	ЛР 24., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№27
использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	ЛР 24., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№26

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия	ЛР 23., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№25
использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	ЛР 23., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№24
доводить информацию заказчика до ЦА	ЛР 23., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№23
учитывать мнение заказчика при планировании РК.	ЛР 21., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№22
определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	ЛР 21., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№21
определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки	ЛР 15., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№20
определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	ЛР 15., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№19
осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	ЛР 15., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№18
производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№17
уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№16
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№15
использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований	ЛР 11., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№14
доводить информацию заказчика до целевой аудитории	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№13
анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№12
производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	ЛР 7., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№11
проявлять толерантность в рабочем коллективе.	ОК 05., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№10
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке	ОК 05., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№9
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	ОК 04., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№8
организовывать работу коллектива и команды	ОК 04., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№7
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№6
реализовывать составленный план	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№5
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№4
составлять план действия; определять необходимые ресурсы	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№3
анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№2
распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	ОК 01., ОК 04., ОК 01., ОК 05., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	Задания к практическим занятиям №№1

Вопросы к практическому занятию указаны в методических указаниях к

практическим занятиям по дисциплине Психология рекламы для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2024 Вопросы к практической подготовке указаны в методических указаниях к практической подготовке по дисциплине Психология рекламы для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2024 Вопросы к самостоятельной работе указаны в методических указаниях к по дисциплине Психология рекламы для обучающихся специальности "Реклама". Ставрополь, 2024