

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 Здравоохранения 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 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
2. ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
3. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
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 23. Овладение обучающимися социальными, регулятивными, коммуникативными и общекультурными компетенциями, обеспечивающими ему индивидуальную успешность в общении, результативность в социальных практиках, в процессе сотрудничества с окружающими
9. 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.
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
ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 12, ЛР 24.	<p>уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.;</p> <p>производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.;</p> <p>осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения.;</p> <p>определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание.;</p> <p>определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки.;</p> <p>определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории).;</p> <p>учитывать мнение заказчика при планировании РК.;</p> <p>доводить информацию заказчика до ЦА.;</p> <p>использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании.;</p> <p>уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия.;</p> <p>использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям.;</p> <p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.;</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте.;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи.;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы.;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах.;</p> <p>реализовывать составленный план.;</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).;</p> <p>организовывать работу коллектива и команды.;</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.;</p> <p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке.;</p> <p>проявлять толерантность в рабочем коллективе.;</p> <p>производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей.;</p> <p>анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории.;</p> <p>доводить информацию заказчика до целевой аудитории.;</p> <p>использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований.;</p> <p>использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности.;</p> <p>основы проектной деятельности.;</p> <p>особенности социального и культурного контекста.;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений.;</p> <p>способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды.;</p> <p>аудиторию различных средств рекламы.;</p> <p>формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда.;</p> <p>технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.;</p> <p>структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.;</p> <p>принципы выбора каналов коммуникации.;</p> <p>отраслевую терминологию.;</p> <p>технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций.;</p> <p>виды запросов пользователей в поисковых системах интернета.;</p> <p>особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете.;</p> <p>принципы функционирования современных социальных медиа.;</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.;</p> <p>важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.;</p> <p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить.;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях.;</p> <p>методы работы в профессиональной и смежных сферах.;</p> <p>структуру плана для решения задач.;</p> <p>порядок оценки.</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, ЛР 23., ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 24.
	1	Лекционные занятия №1 Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	2	
	2	Практическая подготовка №1 Введение. Предмет и задачи учебной дисциплины «Психология рекламы»	2	2
Тема 2 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	Содержание учебного материала			ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №2 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	2	
	2	Практическая подготовка №2 Психология рекламы как научная и прикладная дисциплина	2	2
Тема 3 Рекламная деятельность как психотехнология	Содержание учебного материала			ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 23., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 24., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №3 Рекламная деятельность как психотехнология	2	
	2	Практическая подготовка №3 Рекламная деятельность как психотехнология	2	2
Тема 4 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №4 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	2	
	2	Практическая подготовка №4 Когнитивные аспекты рекламного воздействия	2	2
Тема 5 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ОК 05., ЛР 23., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 24., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №5 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	2	
	2	Практическая подготовка №5 Эмоциональные аспекты рекламного воздействия	2	2
Тема 6 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	Содержание учебного материала			ЛР 23., ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 24., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №6 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2	
	2	Практическая подготовка №6 Поведенческие аспекты рекламного воздействия	2	2
Тема 7 Психология мотивации в рекламе	Содержание учебного материала			ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12
	1	Лекционные занятия №7 Психология мотивации в рекламе	2	
	2	Практическая подготовка №7 Психология мотивации в рекламе	2	2
Тема 8 Мотивационные факторы целевого поведения	Содержание учебного материала			ЛР 12, ЛР 23., ЛР 24., ОК 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21.
	1	Лекционные занятия №8 Мотивационные факторы целевого поведения	2	
	2	Практическая подготовка №8 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 05., ОК 04., ОК 01., ЛР 7., ЛР 11., ЛР 15., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12
Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	1 Лекционные занятия №9 Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	2	1	
	2 Практическая подготовка №9 Роль эмоций в восприятии рекламного сообщения.	2	2	
	3 Практическая подготовка №10 Рационально-эмоциональный баланс 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
Умение		
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
производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.	производит качественные аналитические исследования конкурентной среды.	Опрос
осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	осуществляет выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	Опрос
определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	определяет конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	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 и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	определяет и варьирует комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	Опрос
учитывать мнение заказчика при планировании РК.	учитывает мнение заказчика при планировании РК.	Опрос
доводить информацию заказчика до ЦА	доводит информацию заказчика до ЦА	Опрос
использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	использует методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	Опрос
уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия	организовывает и уверенно проводит рекламные мероприятия	Опрос
использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	использует приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	Опрос
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	использует приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	Опрос
распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	распознаёт задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	Опрос
анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи	анализирует задачу и/или проблему и выделять её составные части; определяет этапы решения задачи	Опрос
составлять план действия; определять необходимые ресурсы	составляет план действия; определяет необходимые ресурсы	Опрос
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	владет актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	Опрос
реализовывать составленный план	реализовывает составленный план	Опрос
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Опрос
организовывать работу коллектива и команды	организовывает работу коллектива и команды	Опрос
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	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
проявлять толерантность в рабочем коллективе.	проявляет толерантность в рабочем коллективе.	Опрос
производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	производит качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	Опрос
анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	анализирует каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	Опрос
доводить информацию заказчика до целевой аудитории	доводит информацию заказчика до целевой аудитории	Опрос

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований	использует приемы привлечения аудитории при проведении исследований	Опрос
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	использует приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	Опрос
Знание		
психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	знает психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	Решение ситуативных задач
основы проектной деятельности.	знает основы проектной деятельности.	Решение ситуативных задач
особенности социального и культурного контекста;	знает особенности социального и культурного контекста;	Решение ситуативных задач
правила оформления документов и построения устных сообщений.	знает правила оформления документов и построения устных сообщений.	Решение ситуативных задач
способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	знает способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	Решение ситуативных задач
аудиторию различных средств рекламы;	знает аудиторию различных средств рекламы;	Решение ситуативных задач
формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	знает формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	Решение ситуативных задач
технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	знает технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	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
принципы выбора каналов коммуникации;	знает принципы выбора каналов коммуникации;	Решение ситуативных задач
отраслевую терминологию;	знает отраслевую терминологию;	Решение ситуативных задач
технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	знает технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	Решение ситуативных задач
виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	знает виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	Решение ситуативных задач
особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	знает особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	Решение ситуативных задач
принципы функционирования современных социальных медиа;	знает принципы функционирования современных социальных медиа;	Решение ситуативных задач
важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	знает важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	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
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
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
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	знает алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	Решение ситуативных задач
методы работы в профессиональной и смежных сферах;	знает методы работы в профессиональной и смежных сферах;	Решение ситуативных задач
структуру плана для решения задач;	знает структуру плана для решения задач;	Решение ситуативных задач
порядок оценки.	знает порядок оценки.	Решение ситуативных задач

4.2. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств

образовательным результатам учебной дисциплины

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№16
производить качественные аналитические исследования конкурентной среды.	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№17
осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения	ЛР 15., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№18
определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание	ЛР 15., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№19
определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки	ЛР 15., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№20
определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории)	ЛР 21., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№21
учитывать мнение заказчика при планировании РК.	ЛР 21., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№22
доводить информацию заказчика до ЦА	ЛР 23., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№23
использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании	ЛР 23., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№24
уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия	ЛР 23., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№25
использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям	ЛР 24., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№26
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.	ЛР 24., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№27
распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№1
анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№2
составлять план действия; определять необходимые ресурсы	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№3
владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№4
реализовывать составленный план	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№5
оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№6
организовывать работу коллектива и команды	ОК 04., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№7
взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	ОК 04., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№8
грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке	ОК 05., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№9
проявлять толерантность в рабочем коллективе.	ОК 05., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№10
производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№11
анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№12

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
доводить информацию заказчика до целевой аудитории	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№13
использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№14
использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№15
Знание		
психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;	ОК 04., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№34
основы проектной деятельности.	ОК 04., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№35
особенности социального и культурного контекста;	ОК 05., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№36
правила оформления документов и построения устных сообщений.	ОК 05., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№37
способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№38
аудиторию различных средств рекламы;	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№39
формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№40
технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	ЛР 7., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№41
структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним.	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№42
принципы выбора каналов коммуникации;	ЛР 11., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№43
отраслевую терминологию;	ЛР 15., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№44
технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;	ЛР 15., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№45
виды запросов пользователей в поисковых системах интернета;	ЛР 21., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№46
особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;	ЛР 21., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№47
принципы функционирования современных социальных медиа;	ЛР 23., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№48
важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании.	ЛР 24., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№49
важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей.	ЛР 24., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№50
актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№28
основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№29
алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№30
методы работы в профессиональной и смежных сферах;	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№31
структуру плана для решения задач;	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№32
порядок оценки.	ОК 01., ОК 04., ЛР 15., ЛР 11., ЛР 7., ОК 01., ОК 05., ЛР 21., ЛР 23., ЛР 24., ЛР 12	Задания к практическим занятиям №№33

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