

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.В.ДВ.02.02 «Психология рекламы и маркетинга»

ЗФО

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – лекционных занятий 6 ч, практических занятий 10 ч., 52 часа самостоятельной работы; 3,8 часа контроля, 0,2 часа ИКР)

Цель дисциплины: Формирование готовности к устной и письменной коммуникации для решения задач профессиональной деятельности как условия для саморазвития и самореализации.

Задачи дисциплины:

- 1 сформировать представления об основных моделях поведения потребителя, используемых в современных рекламных и маркетинговых исследованиях;
2. развить понимание психографических методов для решения конкретных и прикладных задач в сфере потребителей различных сегментов рынка.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Объектом курса является личность потребителя в процессах рекламы и маркетинга.

Курс опирается на знания по психологии и психодиагностике (Психодиагностика в научных и прикладных исследованиях), Экономической психологии.

психодиагностики. Курс развивает результаты изучения Экономической психологии .

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
 Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
 ОК-2; ОПК-1; ПК-1

1.	ОК-2	готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	Знать Особенности поведения потребителей с разными стилями жизни. Мотивацию потребления в интерпретации различных психологических направлений.	Уметь Измерять потребительские установки покупателей. Измерять лояльность потребителей к торговым брендам	Владеть Методами измерения личностных диспозиций потребителя
2.	ОПК-1	готовность к коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке для решения задач профессиональной деятельности	Стратегии скрытого влияния. Социально-демографические факторы влияния на потребительское поведение.	Проводить анализ причин, препятствующих конструктивному взаимодействию в потребительской сфере	Техниками скрытого воздействия
	ПК-1	способность осуществлять	Источники для постановки	Уметь подбирать инструментарий	Навыком проведения

	постановку проблем, целей и задач исследования, на основе анализа достижений современной психологической науки и практики, обосновывать гипотезы, разрабатывать программу и методическое обеспечение исследования (теоретического, эмпирического)	целей и задач исследования	для решения поставленных целей и задач	психографического исследования
--	---	----------------------------	--	--------------------------------

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Человек как субъект потребления	16	1	2		13
2	Технологии рекламного воздействия	19	2	4		13
3	Психология в изучении потребителей	17	2	2		13
4	Когнитивная сфера потребителя	16	1	2		13
	Всего		6	10		52

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

Поведение потребителей / под ред. Г.А. Васильева, Н.И. Лыгиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 238 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01280-3. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714>

Автор РПД Сухих С.А.