

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет
Кафедра маркетинга и торгового дела



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Хагуров Т.А.

29 мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Б1.В.05 ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ И ВИЗУАЛЬНОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ**

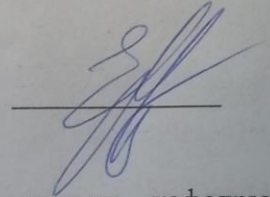
Направление подготовки / специальность:	38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) / специализация:	Бренд-дизайн и продвижение цифровых экосистем
Форма обучения:	очная, заочная
Квалификация:	МАГИСТР

Краснодар 2026

Рабочая программа дисциплины Б1.В.05 «ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ И ВИЗУАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры).

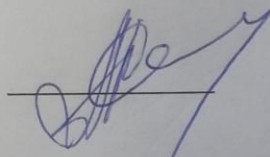
Программу составила:

Шевченко Е.В., канд.экон.наук,
доцент кафедры маркетинга и торгового дела



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол № 6 от 27.03.2026 г.

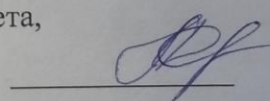
Заведующий кафедрой



А.Н. Костецкий

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета, протокол УМК № 7 от 07.05.2026 г.

Председатель УМК факультета,
д-р экон.наук. проф.



Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Лопарев Р.В., директор ООО «ФИНЭКСПЕРТ-АУДИТ».

Сидоров В.А., зав. кафедрой теоретической экономики ФГБОУ ВО «КубГУ»,
д-р экон. наук, профессор.

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у магистрантов научных знаний в области психологии визуального (зрительного) восприятия, умения разбираться в закономерностях визуального восприятия, в эффектах воздействия на психику людей различных приемов визуального воздействия, способности анализировать и применять знания законов восприятия в деятельности людей.

1.2 Задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- овладеть категориальным аппаратом в области психологии визуального восприятия;
- проанализировать роль и место психологии визуального восприятия в системе формирования системы маркетинговых коммуникаций торговых компаний;
- изучить принципы работы психики людей, особенностей восприятия и визуального воздействия на их выбор и предпочтения;
- изучить основные экспертные методы, применяемые в психологии поведения потребителей;
- изучить основные механизмы и приемы визуального воздействия в маркетинге;
- освоить подходы к оценке эффективности визуального воздействия на выбор потребителя современных торговых компаний.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе очной и заочной формы обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Изучение курса «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете.

Дисциплина «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия» базируется на дисциплинах «Психология профессиональной деятельности», «Современные информационные технологии в профессиональной деятельности». В свою очередь дисциплина «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия» является базой для изучения таких дисциплин как «Контент-маркетинг и философия бренда», «Графическая визуализация в бренд-дизайне».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-3. Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИПК-3.1. Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта компании, сайта в интернет-среде	Знает: - основные школы в психологии: особенности и методы их работы; - психологию рекламы (механизмы на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика); - основы творческого процесса. Умеет: - определять доминирующие органы чувств и особенности восприятия человеком окружающей реальности; - описать различия понятий: мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенность; - применять сенсорные процессы и ощущения в профессиональной деятельности; Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - навыком регуляции уровня удовлетворения потребностей как средством психологического воздействия на потребителя; - способностью психологического обоснования композиционных закономерностей; - навыком применения визуальных стимулов и звуковых воздействий.
ИПК-3.2. Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	Знает: - нейромаркетинговые инструменты и их характеристики; - основные средства визуального воздействия на потребителя; - стимулы, ориентированные на различные анализаторы и их особенности. Умеет: - определять архетипы зрительного восприятия; - применять трехкомпонентную модель цветового зрения; - оценивать эффективность темпа и ритма в психологическом воздействии. Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - пространственным мышлением и закономерностями его развития; - психологией творческого процесса; - основными навыками психология рекламы.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Форма обучения			
	очная		очно-заочная	заочная
	X семестр (часы)	X семестр (часы)	X курс (часы)	1 курс (часы)
Контактная работа, в том числе:				12,2
Аудиторные занятия (всего):				12
занятия лекционного типа				4
лабораторные занятия				
практические занятия				
семинарские занятия				8
Иная контактная работа:				
Контроль самостоятельной работы				3,8

(КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)					
Самостоятельная работа, в том числе:					56
Подготовка к семинарским и практическим занятиям					18
Проработка тестов					8
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций, рефератов)					18
Выполнение итогового проекта в рабочих группах					12
Контроль:					0,2
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.				72
	в том числе контактная работа				12,2
	зач. ед				2

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре 1-го курса (*заочная форма обучения*).

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Тема 1. Основные школы в психологии: особенности и методы работы (Психоанализ, З.Фрейд, К-Г.Юнг, гештальт-терапия, бихевиоризм, экзистенциальная психология).	10		2		8
2.	Тема 2. Чувства и эмоции личности. Органы чувств и особенности восприятия. Сенсорные процессы и ощущения. Психология визуального восприятия.	10		2		8
3.	Тема 3. Стимулы, ориентированные на различные анализаторы: визуальные стимулы, звуковые воздействия, темп и ритм в психологическом воздействии, запахи. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.	8	2			6
4.	Тема 4. Психология потребления (желания, потребности человека, голод и депривация). Психология рекламы (механизмы на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика). Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика	10		2		8
5.	Тема 5. Психология творческого процесса (что лежит в основе творческого процесса, мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенности). Интуиция, развитие креативности.	10				10
6.	Тема 6. Трехкомпонентная модель цветового зрения. Психология и физика цвета. Восприятие света. Восприятие формы. Психология зрительного восприятия текстов.	10		2		8
7.	Тема 7. Психологическое обоснование композиционных закономерностей. Пространственное мышление и закономерности его развития. Архетипы зрительного восприятия. Средства визуального воздействия на потребителя.	10	2			8
ИТОГО по разделам дисциплины		68	4	8		56

	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	72				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма контроля
1	2	3	
1.	Тема 1. Основные школы в психологии: особенности и методы работы	1. Школа психоанализа, основные положения, вклад в развитие психологии как науки. 2. 3. Фрейд и К-Г. Юнг как ключевые фигуры развития психологии. 3. Гештальт-терапия, бихевиоризм, экзистенциальная психология и другие направления психологической науки.	Вопросы для обсуждения
2.	Тема 2. Чувства и эмоции личности. Психология визуального восприятия.	1. Органы чувств и особенности восприятия. 2. Сенсорные процессы и ощущения. 3. Психология визуального восприятия.	Вопросы для обсуждения Тренинг
3.	Тема 3. Стимулы, ориентированные на различные анализаторы. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.	1. Визуальные стимулы и звуковые воздействия, особенности восприятия. 2. Темп и ритм в психологическом воздействии. 3. Запахи и их влияние на восприятие. 4. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.	Вопросы для обсуждения Тест
4.	Тема 4. Психология потребления. Психология рекламы. Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика.	1. Желания и потребности человека. Голод и депривация). 2. Психология рекламы (механизмы воздействия на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика). 3. Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика.	Вопросы для обсуждения Реферат
5.	Тема 5. Психология творческого процесса. Интуиция, развитие креативности.	1. Основы творческого процесса, 2. Мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенности. 3. Интуиция, способы развития креативности.	Вопросы для обсуждения Тест
6.	Тема 6. Трехкомпонентная модель цветового зрения. Психология и физика цвета, света и формы.	1. Трехкомпонентная модель цветового зрения. 2. Восприятие света. 3. Восприятие формы. 4. Психология зрительного восприятия текстов.	Вопросы для обсуждения
7.	Тема 7. Психологическое обоснование композиционных закономерностей.	1. Пространственное мышление и закономерности его развития. 2. Архетипы зрительного восприятия. 3. Средства визуального воздействия на потребителя.	Вопросы для обсуждения

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование темы	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Тема 1. Основные школы в психологии: особенности и методы работы	1. Школа психоанализа, основные положения, вклад в развитие психологии как науки. 2. 3. Фрейд и К.-Г. Юнг как ключевые фигуры развития психологии. 3. Гештальт-терапия, бихевиоризм, экзистенциальная психология и другие направления психологической науки.	Вопросы для обсуждения
2.	Тема 2. Чувства и эмоции личности. Психология визуального восприятия.	1. Органы чувств и особенности восприятия. 2. Сенсорные процессы и ощущения. 3. Психология визуального восприятия.	Вопросы для обсуждения Тренинг
3.	Тема 3. Стимулы, ориентированные на различные анализаторы. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.	1. Визуальные стимулы и звуковые воздействия, особенности восприятия. 2. Темп и ритм в психологическом воздействии. 3. Запахи и их влияние на восприятие. 4. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.	Вопросы для обсуждения Тест
4.	Тема 4. Психология потребления. Психология рекламы. Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика.	1. Желания и потребности человека. Голод и депривация). 2. Психология рекламы (механизмы воздействия на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика). 3. Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика.	Вопросы для обсуждения Реферат
5.	Тема 5. Психология творческого процесса. Интуиция, развитие креативности.	1. Основы творческого процесса, 2. Мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенности. 3. Интуиция, способы развития креативности.	Вопросы для обсуждения Тест
6.	Тема 6. Трехкомпонентная модель цветового зрения. Психология и физика цвета, света и формы.	1. Трехкомпонентная модель цветового зрения. 2. Восприятие света. 3. Восприятие формы. 4. Психология зрительного восприятия текстов.	Вопросы для обсуждения
7.	Тема 7. Психологическое обоснование композиционных закономерностей.	1. Пространственное мышление и закономерности его развития. 2. Архетипы зрительного восприятия. 3. Средства визуального воздействия на потребителя.	Вопросы для обсуждения

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ

Курсовые работы не предусмотрены учебным планом.

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Занятия лекционного и се-	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семи-

	минарского типа	нарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
2	Подготовка эссе, рефератов	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya
5	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, вопросов для обсуждения, рефератов, ситуационных задач и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-3.1. Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта компании, сайта в интернет-среде	Знает: - основные школы в психологии: особенности и методы их работы; - психологию рекламы (механизмы на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика); - основы творческого процесса. Умеет: - определять доминирующие органы чувств и особенности восприятия человеком окружающей реальности; - описать различия понятий: мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенность; - применять сенсорные процессы и ощущения в профессиональной деятельности; Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - навыком регуляции уровня удовлетворения потребностей как средством психологического воздействия на потребителя; - способностью психологического обоснования композиционных закономерностей; - навыком применения визуальных стимулов и звуковых воздействий.	Вопросы для обсуждения Тест	Вопросы на экзамене Тест
2	ИПК-3.2. Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	Знает: - нейромаркетинговые инструменты и их характеристики; - основные средства визуального воздействия на потребителя; - стимулы, ориентированные на различные анализаторы и их особенности. Умеет: - определять архетипы зрительного восприятия; - применять трехкомпонентную модель цветового зрения; - оценивать эффективность темпа и ритма в психологическом воздействии. Владеет (навыками к осуществлению трудовых действий): - пространственным мышлением и закономерностями его развития; - психологией творческого процесса;	Вопросы для обсуждения	Вопросы на экзамене Тест

№ п/п	Код и наименование индикатора	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
		- основными навыками психология рекламы.		

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Образцы тестов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

1. Цветовосприятие – это:

- А) психологическое воздействие цвета на человека;
- Б) способность глаза различать цвета;
- В) способность систематизировать цвета.

2. Цветовые характеристики – это:

- А) цветовой тон;
- Б) ахроматичность;
- В) светлота;
- Г) теплохолодность;
- Д) насыщенность.

3. Подберите определение каждому понятию:

- А) цветовой тон;
- Б) светлота;
- В) насыщенность.

1- сомнительная степень отличия от темного цвета;

2 - степень отличия цвета от ахроматического цвета той же светлоты;

3 – визуальное соответствие тому или иному спектральному цвету, собственно цвет в его проявлении.

4. Цветотип человека – это:

- А) условная принадлежность внешности человека к цветовой гамме по временам года в зависимости от цвета кожи, глаз, волос;
- Б) принадлежность человека определенной расовой группе в зависимости от цвета кожи, глаз, волос;
- В) условная принадлежность человека к определённой группе темперамента в зависимости от его цветовых предпочтений.

5. Компонировать в цвете – это:

- А) подобрать цветовые сочетания в композиции таким образом, чтобы прочитывалась система подбора цвета;
- Б) использовать знакомые цвета, полагаясь исключительно на их символическое значение;
- В) расположить рядом несколько цветов таким образом, чтобы их сочетание было предельно выразительным.

6. Выберите цвета, оказывающие тонизирующее и стимулирующее действие на организм:

- А) красный;
- Б) фиолетовый;
- В) зеленый;
- Г) синий;
- Д) желтый;
- Е) черный;
- Ё) оранжевый;
- Ж) белый.

7. При построении цветовой композиции чрезвычайно важны:

- А) изображаемые цветовые объекты;
- Б) качество цветowych плоскостей;
- В) место расположения цвета;
- Г) построение пространственных отношений;
- Д) направление цветowych пятен.

Задания для самостоятельной работы:

1. Привлечение внимания, запоминаемость в воздействии на восприятие.
2. Воображение. Стадии творческого процесса.
3. Методы стимуляции визуального творческого процесса. Факторы вдохновения.
4. Доверие и визуальное восприятие информации.
5. Психологический аспект выставочной деятельности.

Варианты контрольных заданий:

Вариант 1.

1. Раскройте отличия понятий «желания» и «потребности» человека.
2. Расскажите о психологии рекламы (типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика).
3. Дайте определение понятия «нейромаркетинговые инструменты» и охарактеризуйте их.

Вариант 2.

1. Опишите трехкомпонентную модель цветового зрения.
2. Расскажите о восприятии человеком света.
3. В чем заключаются особенности восприятия формы.
4. Особенности психология зрительного восприятия текстов.

Задание для тренинга

Проведение тренинга на восприятие фото и видео изображения различными типами личности

Темы для рефератов (эссе)

1. Визуальные факторы управления впечатлением.
2. Экологическая теория визуального восприятия Дж. Гибсона.
3. Смысловые зоны поля зрения.
4. Основные модели психологической структуры рекламных воздействий. Их достоинства и недостатки.

5. Психологическое воздействие: понятие, виды, стратегии, реакции.
6. Восприятие цвета в рекламе.
7. Восприятие шрифтов в рекламе и их основные виды.
8. Восприятие движения в рекламе.
9. Цвет, свет и форма в формировании визуального восприятия.
10. Визуальная эффективность рекламы: виды, их соотношение, психологическая эффективность.

Вопросы для проведения экзамена по дисциплине

1. Основные школы в психологии: особенности и методы работы
2. Школа психоанализа, основные положения, вклад в развитие психологии как науки.
3. З. Фрейд и К.-Г. Юнг как ключевые фигуры развития психологии.
4. Гештальт-терапия, бихевиоризм, экзистенциальная психология и другие направления психологической науки.
5. Чувства и эмоции личности.
6. Органы чувств и особенности восприятия.
7. Сенсорные процессы и ощущения.
8. Психология визуального восприятия.
9. Визуальные стимулы и звуковые воздействия, особенности восприятия.
10. Стимулы, ориентированные на различные анализаторы.
11. Темп и ритм в психологическом воздействии.
12. Запахи и их влияние на восприятие.
13. Регуляция уровня удовлетворения потребностей как средство психологического воздействия.
14. Психология потребления. Психология рекламы.
15. Желания и потребности человека. Голод и депривация).
16. Психология рекламы (механизмы на человека, типы рекламы, целевая аудитория, психолингвистика).
17. Нейромаркетинговые инструменты и их характеристика.
18. Психология творческого процесса
19. Основы творческого процесса.
20. Мотивация, результат, сублимация, компенсация, талант, предрасположенности.
21. Интуиция, способы развития креативности.
22. Трехкомпонентная модель цветового зрения.
23. Восприятие света.
24. Восприятие формы.
25. Психология зрительного восприятия текстов.
26. Психологическое обоснование композиционных закономерностей.
27. Пространственное мышление и закономерности его развития.
28. Архетипы зрительного восприятия.
29. Средства визуального воздействия на потребителя.

Критерии оценивания результатов обучения

В состав итогового экзаменационного задания входят следующие виды контрольных заданий:

1. Теоретический вопрос 1;
2. Теоретический вопрос 2;
2. Тест.

Экзаменатору предоставляется право задавать дополнительные вопросы по всей учебной программе дисциплины.

Результат сдачи экзамена по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы.

Критерии итоговой оценки:

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (зачете);

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Восковская Л. В. Психология ощущений и восприятия: учебник для вузов / Л. В. Восковская. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 511 с. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/468895>.
2. Ломтатидзе О. В. Общая психология: сенсорно-перцептивные процессы : практикум [учеб.-метод. пособие] / О. В. Ломтатидзе, А. С. Алексеева; М-во образования и науки рос. Федерации, урал. федер. ун-т. - Екатеринбург : изд-во урал. ун-та, 2016. - 76 с. ISBN 978-5-7996-1671-7.
3. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа 2018. - <http://www.iprbooksh>
4. Сафронова Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 294 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112211>

5.2 Периодические издания

1. Маркетолог. Научный журнал.
2. Практический маркетинг. Научный журнал. URL: <http://www.bci-marketing.ru/>
3. Маркетинговое управление предприятием. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-mba.ru/>
4. Маркетинг в России и за рубежом. Научный журнал. URL: <http://www.mavriz.ru/>
5. Маркетинг PRO. Научный журнал. URL: <http://www.marketingpro.ru/>
6. Новости маркетинга. Научный журнал. URL: <http://www.marketingnews.ru/>
7. Маркетинг-менеджмент. Научный журнал. URL: <http://www.marketing-magazine.ru/>
8. Маркетинг и маркетинговые исследования в России. Научный журнал. URL: <http://www.marketingandresearch.ru/>.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/private_labels.htm Интернет-ресурс
2. <http://sayrius.livejournal.com/6210.html> Интернет-ресурс
3. <http://www.m-20.ru/review.php?gr=3&id=497> Интернет-ресурс
4. <http://www.real-business.ru/articles/324.html> Интернет-ресурс
5. <http://www.zbiz.ru/index.php?razd=331&word=27868> Словарь бизнес-терминов
6. <http://www.training-world.ru/business/brand/317/> Интернет-ресурс
7. <http://www.glossostav.ru/word/636/> Словарь маркетинговых терминов

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>

6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods
<https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. «Лекториум ТВ» <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
<https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
<http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
(<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы
http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Для подготовки к занятиям студентам необходимо пользоваться руководством в зависимости от типа предстоящего занятия, разработанные и утвержденные на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya>

Варианты методических указаний, необходимых для успешного освоения дисциплины «Психология потребительского восприятия и визуального воздействия»:

- общие рекомендации по самостоятельной работе обучающихся;
- методические рекомендации по освоению лекционного материала, подготовке к лекциям;
- методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям;
- методические рекомендации по подготовке эссе и рефератов для выступления на семинарских занятиях.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории и кабинеты.

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной	Мебель: учебная мебель	Microsoft Windows 8, 10,

работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus