

Профессиональная образовательная автономная
некоммерческая организация
**АКАДЕМИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ
СИСТЕМ И КРЕАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

Одобрено
Педагогическим советом
академии
от «09» февраля 2026 г.
(протокол № 1)

Утверждаю
Директор академии

приказ от «09» февраля 2026 г. № 5__



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ: Психология рекламы

КОД СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 42.02.01 Реклама

Москва 2026

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и одобрена предметно-цикловой комиссией дисциплин из области средств массовой информации и информационно-библиотечного дела **ПО АНО "АКИСИТ"**

Протокол №1 «09» февраля 2026 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «21» июля 2023 г. № 552

Организация-разработчик: **ПО АНО "АКИСИТ"**

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2 СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

Дисциплина Психология рекламы входит в общепрофессиональный цикл.

1.2. Цели и задачи учебной дисциплины

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- содержание профессиональных функций в области психологии рекламы;
- методологические основы психологии рекламы, историю становления науки
- психологические особенности воздействия рекламы на потребителя;
- когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты рекламного воздействия.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии психологии рекламы;
- использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде;
- использовать адекватные методы исследования покупательского поведения, мотивов совершения покупки;
- применять навыки психологического анализа рекламы в профессиональной деятельности.

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК.04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах;

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 46 часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося 38 часов;

самостоятельная работа обучающегося 8 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов по очной форме обучения
Максимальная учебная нагрузка (всего)	46
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	38
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	8
Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план учебной дисциплины

Название разделов / тем учебной дисциплины	Вид учебной работы	Объем часов, очная форма обучения	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. «Общие теоретические и методологические проблемы психологии рекламы»			
Тема 1.1. Теоретические и методологические проблемы психологии рекламы	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 1.2. Роль психических процессов в формировании рекламных образов	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	2	
	Семинарские занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 1.3. Психология восприятия света, цвета, формы, музыки и запахов в рекламе	Теоретическое обучение	2	1
	Практические занятия	2	
	Семинарские занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Раздел 2. «Реклама как средство психологического воздействия»			
Тема 2.1. Психологические воздействия в рекламе и проблема выбора.	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 2.2. Психология мотивации в рекламе. Реклама и потребитель.	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	4	
	Семинарские занятия	1	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.3. Психология самопрезентации	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	2	
	Семинарские занятия	2	
	Самостоятельная работа	2	

	обучающихся		
Дифференцированный зачет			
Итого		46	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины должно быть предусмотрено следующее материально-техническое обеспечение:

При реализации образовательных программ используются информационные технологии, технические средства, а также информационно – телекоммуникационные сети, обеспечивающие передачу по линиям связи информации, взаимодействие обучающихся и педагогического состава. Формирование учебно-методического и информационного обеспечения образовательного процесса осуществляется с помощью программного обеспечения «Среда электронного обучения ЗКЛ». Для реализации дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных технологий используется рабочее место преподавателя: персональный компьютер (ноутбук), имеющий доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Для обучения по программе с применением электронного обучения и дистанционных технологий обучающийся должен иметь персональный компьютер (ноутбук), оснащенный микрофоном, аудиокolonками и (или) наушниками, имеющий доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

3.2. Реализация элементов практической подготовки

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.3. Воспитательная составляющая программы

Воспитательная система в академии направлена на формирование и развитие интеллектуальной, культурной, творческой, нравственной личности обучающегося, будущего специалиста, сочетающего в себе профессиональные знания и умения, высокие моральные и патриотические качества, обладающего правовой и коммуникативной культурой, активной гражданской позицией.

3.4. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Адаптация рабочей программы дисциплины проводится при реализации адаптивной образовательной программы (при предоставлении индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида разрабатывается в соответствии с его потребностями) – в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования, создания необходимых для получения среднего профессионального образования условий, а также обеспечения достижения обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья результатов формирования

практического опыта.

3.5. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Применяемые при реализации рабочей программы формы и методы контроля проводятся с учетом ограничения здоровья обучающихся.

Целью текущего контроля является своевременное выявление затруднений и отставания обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и внесение коррективов в учебную деятельность.

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предоставляется время на подготовку к ответу, увеличенное не более чем в три раза от установленного для подготовки к ответу обучающимся, не имеющим ограничений

3.6. Информационное обеспечение обучения

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

а) Основная литература

1. Логутова, Е. В. Психология делового общения : учебное пособие для СПО / Е. В. Логутова, И. С. Якиманская, Н. Н. Биктина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 196 с. — ISBN 978-5-4488-0688-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/92154>

2. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/95335>

б) Дополнительная литература

1. Мактамкулова, Г. А. Психология профессиональной деятельности : учебное пособие для СПО / Г. А. Мактамкулова, И. П. Бунькова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. — 66 с. — ISBN 978-5-88247-948-9, 978-5-4488-0763-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/92836>

2. Психология. Общие вопросы, когнитивные и регуляторные процессы : практикум для СПО / Е. Г. Фильштинская, Е. В. Захарова, М. В. Аборина [и др.]. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 82 с. — ISBN 978-5-4497-2290-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/133110>

в) Периодические издания

Журнал «Новости рекламы» www.новости-рекламы.рф

Журнал "Время рекламы" www.время-рекламы.рф

Интернет-ресурсы

1. Электронно-библиотечная система: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Доступ обучающимся в электронную информационно-образовательную среду

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных ресурсов сети Интернет

Наименование
Операционная система Microsoft Windows
Microsoft Office 2010 (Word, Excel, Power Point и др.)
Электронно-библиотечная система «Консультант студента» https://www.studentlibrary.ru
Единое окно доступа к информационным ресурсам: http://window.edu.ru/ .
Российская государственная библиотека http://rsl.ru/
Университетская электронная библиотека In Folio http://www.infoliolib.info/
Мир энциклопедий http://www.encyclopedia.ru/
Сайт «Всё для студента» https://www.for-stydenets.ru

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
<p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – содержание профессиональных функций в области психологии рекламы; – методологические основы психологии рекламы, историю становления науки – психологические особенности воздействия рекламы на потребителя; – когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты рекламного воздействия. <p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии психологии рекламы; – использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде; – использовать адекватные методы исследования покупательского поведения, мотивов совершения покупки – применять навыки психологического анализа рекламы в профессиональной деятельности. 	<p>Дифференцированный зачет в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устного опроса и выполнения заданий