

Профессиональная образовательная автономная  
некоммерческая организация  
**МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ  
РЕКЛАМЫ И ДИЗАЙНА**

**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 "Международная академия дизайна и рекламы"**

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 "Международная академия дизайна и рекламы"**

## **СОДЕРЖАНИЕ**

стр.

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

# 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 – ППСЗ) 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
<b>Раздел 1. «Общие теоретические и методологические проблемы психологии рекламы»</b>			
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	
<b>Раздел 2. «Реклама как средство психологического воздействия»</b>			
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		
<b>Дифференцированный зачет</b>			
<b>Итого</b>		<b>46</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Кабинет «Психология рекламы», оснащенный:  
оборудованием:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс модуля;
- экран;

техническими средствами обучения:

- компьютеры;
- мультимедиапроектор;
- лицензионное программное обеспечение, в том числе информационные справочно-правовые системы специальный выпуск интернет-версии "ГАРАНТ-Образование", размещаемый в сети Интернет по адресу: <http://edu.garant.ru/garant/study/> (свободный доступ).

#### **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.Оборудование учебного кабинета для обучающихся с различными видами ограничения здоровья**

В учебном корпусе созданы специальные условия для получения образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

размещение на первом этаже здания светодиодного табло с бегущей строкой для дублирования справочной информации (240x1040мм, красное свечение);

размещение в кабинете индивидуального обучения инвалидов портативной индукционной звукоусиливающей системы VERT-1A;

оснащение кабинета индивидуального обучения инвалидов карманными увеличителями (увеличение 7х, материал пластик);

оснащение компьютера, предназначенного для работы инвалидов, тактильным набором для маркировки клавиатуры;

размещение специальных наклеек для маркировки дверных проемов (желтые круги, d=200мм);

установка тактильного стенда с информацией об институте, выполненной азбукой Брайля (470x610мм, настенное крепление);

установка в кабинете индивидуального обучения инвалидов специального программного обеспечения открытого доступа:

- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная лупа;
- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная диктор;
- Microsoft Windows 10, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура;
- экранная лупа OneLoupe;
- речевой синтезатор «Голос».

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;

- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;

- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;

- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, выступлений с докладами и защитой выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;

- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;

- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:

зачет и экзамен, проводимые в письменной форме, - не более чем на 90 мин.,

проводимые в устной форме – не более чем на 20 мин.,

- продолжительность выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

ПО АНО "Международная академия дизайна и рекламы" устанавливает конкретное

содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

### 3.6. 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

### 3.7. 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 ПРОФобразование : [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 ПРОФобразование : [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 ПРОФобразование : [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 ПРОФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/133110>

#### в) Периодические издания

Журнал «Новости рекламы» [www.новости-рекламы.рф](http://www.новости-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» <a href="https://www.studentlibrary.ru">https://www.studentlibrary.ru</a>
Автоматизированная система, на платформе информационной оболочки портала InStudy <a href="https://dist.fknz.ru/">https://dist.fknz.ru/</a>
Единое окно доступа к информационным ресурсам: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a> .
Российская государственная библиотека <a href="http://rsl.ru/">http://rsl.ru/</a>
Университетская электронная библиотека In Folio <a href="http://www.infoliolib.info/">http://www.infoliolib.info/</a>
Мир энциклопедий <a href="http://www.encyclopedia.ru/">http://www.encyclopedia.ru/</a>
Сайт «Всё для студента» <a href="https://www.for-students.ru">https://www.for-students.ru</a>

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

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