

Психология рекламы

Рогова Евгения Евгеньевна

Основополагающий вопрос проекта:

Что такое хорошо и что такое
плохо?

- *Проблемные вопросы проекта:*
- Какие существуют механизмы воздействия рекламы на человека?
- Может ли измениться личность под воздействием рекламы?

Аннотация

Данный проект предназначен для студентов отделения психологии обучающихся по специальности «Психология управления» и реализуется в ходе обучения курса «Психология рекламы и маркетинга». Участникам предлагается ответить на основополагающий вопрос: «Что такое хорошо и что такое плохо?»

▪

Дидактические цели:

- приобретение студентами функционального навыка исследования как универсального способа освоения действительности;
- развитие исследовательского типа мышления;
- активизация личностной позиции студентов на основе приобретения субъективно новых знаний.

Методические задачи:

- Научить студентов различать базовые понятия маркетинга.
- Научить студентов обобщать полученную информацию из различных источников.
- Научить основам планирования и проведения рекламных компаний.

Темы самостоятельной работы:

1. Реферативные:

- Сравните чем отличается русская реклама от зарубежной?
- Какая реклама является наиболее популярной в молодежной среде?
- Какая реклама является наиболее эффективной?

2. Проектные и экспериментальные:

- Разработайте рекламный проект и исследуйте его эффективность на студентах.
- Создайте авторскую методику планирования рекламных компаний.

3. Исследовательская:

- Спрогнозируйте рекламу будущего.

Этапы и сроки проведения проекта.

- 1 этап – обсуждение;
- 2 этап – формирование тем самостоятельных исследований;
- 3 этап – распределение тем исследований по группам;
- 4 этап – подготовка исследований;
- 5 этап – изложение результатов исследований в группе;
- 6 этап – обсуждение полученных результатов исследования;
- 7 этап – подведение итогов.

Данный проект рассчитан на 7 семестр 4 курса по учебному плану

Ресурсы:

- Мокшанцев Р.И., "Психология рекламы", М.: ИНФРА-М, Новосибирск
- Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. Изд-во: Гуманитарный центр, 2004