

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Бианкина Елена Олеговна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.07.2023 12:34:21  
Уникальный программный ключ:  
b2aeadef209e4ec32d89f812db7eed614bb00b0c

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
« Институт социальных наук»**



Утверждаю  
Ректор АНОВО ИСИ  
Бианкина А.О.  
«ИНСИ» Институт  
социальных наук  
Протокол Ученого совета  
№ 4 от 31.08.2022 г.

## **Личность как объект рекламной коммуникации**

Рабочая программа дисциплины

**39.04.01 Социология**

Политическое консультирование

**Квалификация выпускника (магистр)**

**Форма обучения (очная)**

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

## Оглавление

1. Пояснительная записка.....	4
1.1 Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	5
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	9
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	10
5.1. Система оценивания.....	10
5.2. Критерии выставления оценок.....	11
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	16
6.1. Список источников и литературы.....	16
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	18
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	18
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	18
9. Методические материалы.....	20
9.1. Планы семинарских занятий.....	21
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	29
9.3. Иные материалы.....	30
Приложения.....	32
Приложение 1. Аннотация дисциплины	

## ***РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ***

### ***1. Пояснительная записка***

Предлагаемый курс опирается на теоретические знания по общественным и гуманитарным дисциплинам, полученные студентами на первом году обучения, и ориентирован на применение теоретических концепций о структуре и развитии личности к отдельному случаю рекламной коммуникации.

#### ***1.1 Цель и задачи дисциплины***

*Цель* курса: подготовить специалиста, обладающего знаниями об основных подходах и теоретических концепциях личности, и создать условия для лабораторного применения этих знаний в соответствии с профилем магистерской программы.

Достижение цели предусматривает решение в процессе изучения курса следующих *задач*:

- изучить основные подходы и теоретические концепции (как отечественные, так и зарубежные) личности;
- актуализировать знание современных социологических теорий и социологии маркетинга, рекламы и рыночных отношений;
- предложить новое содержание и медиамикс рекламной компании конкретного бренда;
- отработать навыки самостоятельной (в том числе с использованием современных информационных технологий) и групповой работы в ходе решения творческого (с неявно заданным результатом) задания;
- развить навыки анализа и представления результатов прикладных исследований в области в рамках исследовательского сопровождения маркетинга.

## 1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций** выпускника:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> уметь анализировать идеологические и ценностные системы в социологических исследованиях; <i>Владеть:</i> практическими навыками исследования культурных и ценностных систем.
	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> осуществлять аналитическую деятельность; <i>Владеть:</i> навыками социального и профессионального взаимодействия с учетом особенностей представителей различных социальных групп
ПК-1 Способен к совершенствованию методов проведения фундаментальных и прикладных социологических исследований	ПК-1.1 Разрабатывает модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	<i>Знать:</i> методы проведения социологических исследований; <i>Уметь:</i> использовать методы описания социальных явлений; <i>Владеть:</i> навыками консалтинга.
	ПК-1.2 Совершенствует и разрабатывает методы сбора и анализа данных фундаментальных и прикладных социологических исследований	<i>Знать:</i> методы проведения социологических исследований; <i>Уметь:</i> совершенствовать и разрабатывать их; <i>Владеть:</i> навыками сбора и анализа социологических данных.

Компетенции формируются частично.

## 1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Данная дисциплина входит в блок обязательных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 39.04.01 - Социология (магистр), профиль «Политическое консультирование».

Предлагаемый курс опирается на теоретические знания по общественным и гуманитарным дисциплинам, полученные студентами на первом году обучения, и ориентирован на сознательное освоение социологической теории и практики социологических исследований в маркетинге.

Для ее освоения необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Философия и методология социальных наук», «Современные социологические теории», «Современные методы социологических исследований», «Вторичный анализ в социологии и маркетинге».

В результате ее освоения формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Политическое консультирование и рекламы», «Современные теории коммуникации».

## ***2. Структура дисциплины для очной формы обучения***

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа. Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>3</b>	Лекции	<b>32</b>
<b>3</b>	Семинары	<b>48</b>
Всего:		<b>80</b>

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 44 академических часа.

## ***3. Содержание дисциплины***

### ***Раздел I. Введение***

#### ***Тема 1. Предмет, цели и задачи курса***

Актуальность взаимодействия «академического» и прикладного гуманитарного знания при организации рекламной коммуникации.

Основные компетенции, формируемые в рамках данного курса. Тематика и виды учебных занятий.

Формы промежуточного контроля усвоения знаний. Требования к итоговому индивидуальному проекту.

## ***Раздел II. Личность: теоретические подходы к анализу и концепции***

### ***Тема 2. Базовые подходы к объяснению развития личности***

Методологические проблемы изучения личности. Личность, человек, индивидуальность.

Биогенетический подход к объяснению развития личности. Взгляды Ж.-Ж. Руссо на детство и его динамику. Теория рекапитуляции Г.С.Холла. Теория трех ступеней развития ребенка К. Бюллера. Понятие преформизма в объяснении развития человека и личности.

Социогенетический подход к объяснению развития личности. Взгляды Дж. Локка на формирование сознания человека и механизмы воспитания/социализации личности. Бихевиоризм (Дж. Уотсон, Б.Ф. Скиннер, Э.Л. Торндайк и др.): «стимул-реакция» как механизм обучения; классическое обуславливание и оперантное научение. Французская социологическая школа (Э. Дюркгейм, Ш. Блондель и др.): роль коллективных представления и подражания в социализации личности.

Теории двух факторов в объяснении развития личности (Г. Айзенк, В. Штерн, А. Гезелл и др.).

### ***Тема 3. Классические зарубежные концепции личности***

Ж. Пиаже и периодизация интеллектуального развития ребенка: сенсомоторный; и дооператорный интеллект; стадии конкретных и формальных операций. Основные понятия: ассимиляция, аккомодация, схема и «феномены Пиаже» (синкретизм, эгоцентризм, анимизм, несохранение). Сильные и слабые стороны концепции Ж. Пиаже. Развитие его взглядов в работах М. Клее.

З. Фрейд и периодизация психосексуального развития личности: оральная, анальная, фаллическая, латентная и генитальная стадии. Взаимосвязь социо- и онтогенеза, по З. Фрейду. Структура человеческой психики. Понятие фиксации, «защитных механизмов» личности и сублимации. Комплекс Эдипа / Электры. Роль бессознательного в объяснении развития личности. Научные заслуги и критика психоанализа. Его развитие в работах К. Хорни, Э. Фромма, В. Франкла, А. Адлера и др.

### ***Тема 4. Отечественный подход к периодизации развития личности***

Отечественная традиция (Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, В.В. Давыдов, П.Я. Гальперин, Д.Б. Эльконин и др.) психического развития человека. Преодоление дилеммы двух факторов. Понятия условий, источника и движущей силы развития. Специфика онтогенеза человека. Понятия «зоны ближайшего развития» и «параллелограмма развития (памяти, внимания...)). Теоретический анализ возраста (понятия стабильный и критический этапы развития; социальная ситуация развития, ведущая деятельность и новообразование возраста).

Развитии идей Л.С. Выготского. Теория поэтапного формирования умственных действия (П.Я. Гальперин). Теория деятельности (А.Н. Леонтьев). Периодизация развития личности по Д.Б. Эльконину; В.Ф. Моргуну и И.Ю. Ткачевой; Е.И. Исаеву и В.И. Слободчикову и др.

### ***Тема 5. Современные зарубежные подходы в всевозрастном развитии личности***

Историко-культурная специфика возраста. Предтечи конкретно-научного интереса к всевозрастному развитию (life span development) личности – Ш. Бюллер и К.Г. Юнг. Взгляды П. Балтеса и его коллег.

Э. Эриксон и периодизация жизненного пути личности. Биполярная структура каждой стадии развития и формирование добродетели (возрастного новообразования). Понятия эпигенетического принципа развития, идентичности, психосоциального моратория.

Концепция Дж. Лоевингер: возрастные этапы и стадии социального развития личности.

Л. Колберг – теория морального развития личности. Ее связь с периодизацией интеллектуального развития ребенка Ж. Пиаже. Характеристика основных этапов морального развития и измерительный инструментарий. К. Гиллиган – критика теории Л. Колберга.

Дж. Фоулер – концепция развития веры. Характеристика основных этапов ее развития и понятие «главной истории».

Д. Левинсон – периодизация жизненного пути личности - «сезоны» (предвзрослость; ранняя взрослость (молодость); средняя взрослость (зрелость), поздняя взрослость (старость)), периоды и их задачи.

#### ***Тема 6. Современные «статичные» концепции личности***

Качественные статичные модели личности. К.Г. Юнг и понятия интро-, экстраверсии; коллективного бессознательного; архетипов (эго, персона, тень, анима/анимус, самость).

А. Маслоу и теория иерархии потребностей. Типы потребностей. Понятие метапотребности (метамотивации) и ее взаимосвязь с чертами личности.

Качественно-количественная модель В.А. Ядова – диспозиционная концепция регуляции социального поведения личности. Понятия сферы и типа деятельности; потребности, ситуации и диспозиции.

Количественные статичные модели личности. Г. Айзенк и уровневая иерархическая система организации поведения человека. Понятие суперфакторов (интро-/экстраверсия; нейротизм/эмоциональная стабильность; сила «супер-Эго»). Использование шкалы социальной желательности в измерительном инструменте.

Р. Кеттелл и 16 первичных биполярных личностных черт.

Интегративные количественные статичные модели личности.

«Большая пятерка» (Р. МакКрэй и П. Косты) – нейротизм, экстраверсия, открытость опыту, доброжелательность и добросовестность. Понятие личностной черты.

«Культурные оси» (Г. Хофстеде) – дистанция власти, индивидуализм, мужественность, избегание неопределенности и ориентация во времени. Типология Я-идентичности «человека пост-советского», основанная на идеях Г. Хофстеде.

Маркетинговые подходы к измерению стиля жизни. VALS (Values Attitudes & Lifestyle System). Психографика и сегментации российских потребителей в ведущих исследовательских маркетинговых компаниях.

### ***Раздел III. Разработка рекламной коммуникации с целевой аудиторией бренда***

#### ***Тема 7. Личностные особенности целевой аудитории бренда***

Выделение личностных особенностей целевой аудитории конкретного бренда (case-study) с учетом теоретического материала тем 2-6.

**Тема 8. Создание рекламного сообщения с учетом личностных особенностей целевой аудитории бренда**

Разработка рекламного сообщения с учетом выделенных личностных черт и особенностей стиля жизни целевой аудитории бренда.

**Тема 9. Разработка медиа-стратегии (медиа-микса) рекламной компании**

Разработка медиа-стратегии (медиа-микса) в рамках интегрированных рекламных коммуникаций с учетом постулированных личностных черт, медиа-предпочтений и особенностей стиля жизни целевой аудитории бренда.

**Тема 10. Личность – объект рекламной коммуникации**

Итоговое обсуждение отдельного случая (case) с презентацией и защитой полученных результатов.

**4. Образовательные технологии**

При реализации программы дисциплины «Личность как объект рекламной коммуникации» используются различные образовательные технологии.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

Самостоятельная работа студентов включает выполнение индивидуального учебного проекта по разработке рекламной компании конкретного бренда.

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование раздела</b>	<b>Виды учебной работы</b>	<b>Образовательные технологии</b>
1	2	3	5
1.	<b>Раздел I. Введение</b> <b>Тема 1. Предмет, цели и задачи курса</b>	<i>Лекции 1-2</i> <i>Семинары 1-3.</i> <i>Самостоятельная работа.</i>	<i>Вводная лекция.</i> <i>Устный опрос.</i> <i>Подготовка к занятиям с использованием рекомендованной литературы.</i>
2.	<b>Раздел II. Личность: теоретические подходы к анализу и концепции</b> <b>Тема 2. Базовые подходы к объяснению развития личности</b>	<i>Лекции 3-4.</i> <i>Семинары 4-6.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-визуализация.</i> <i>Устный опрос студентов по вопросам семинаров.</i> <i>Подготовка к занятиям с использованием рекомендованной литературы.</i>
3.	<b>Тема 4. Отечественный подход к периодизации развития личности</b>	<i>Лекции 5-6.</i> <i>Семинары 7-9.</i>	<i>Проблемная лекция.</i> <i>Устный опрос студентов по вопросам семинаров.</i>



		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Подготовка к занятиям с использованием рекомендованной литературы.</i>
4.	Тема 5. Современные зарубежные подходы в всевозрастному развитию личности	<i>Лекции 7-8. Семинары 10-12.  Самостоятельная работа</i>	<i>Проблемная лекция. Устный опрос студентов по вопросам семинаров. Подготовка к занятиям с использованием рекомендованной литературы.</i>
5.	Тема 6. Современные «статичные» концепции личности	<i>Лекции 9-10. Семинары 13-15.  Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-дискуссия. Ситуационный анализ. Подготовка к ситуационному анализу.</i>
6.	Раздел III. Разработка рекламной коммуникации с целевой аудиторией бренда Тема 7. Личностные особенности целевой аудитории бренда	<i>Лекции 11-12. Семинары 16-18.  Самостоятельная работа</i>	<i>Установочная лекция. Ситуационный анализ. Подготовка к ситуационному анализу.</i>
7.	Тема 8. Создание рекламного сообщения с учетом личностных особенностей целевой аудитории бренда	<i>Лекции 13-14. Семинары 19-21.  Самостоятельная работа</i>	<i>Проблемная лекция. Ситуационный анализ Подготовка к ситуационному анализу.</i>
8.	Тема 9. Разработка медиа-стратегии (медиа-микса) рекламной компании	<i>Лекции 15-16. Семинары 22-24.  Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция с разбором конкретных ситуаций. Развернутая беседа с обсуждением лекций. Написание реферата по тематике курса</i>
9	Тема 10. Личность – объект рекламной коммуникации	<i>Семинары 25-26.  Самостоятельная работа</i>	<i>Итоговой обсуждение отдельного случая (case) с презентацией и защитой полученных результатов.</i>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- посещение лекций и участие в семинарах	2 балла	20 баллов
- выступление на семинаре	5 баллов	20 баллов
- реферат		20 баллов
Результаты текущего контроля		60 баллов
Результаты промежуточной аттестации – экзамен		40 баллов

<b>Итого за семестр</b>	<b>100 баллов</b>
-------------------------	-------------------

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценок

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

#### Перечень компетенций, контролируемых в процессе обучения

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы дисциплины</b>	<b>Код контролируемой компетенции (компетенций)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1	1 - 9	УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2	<b>Оценка выступлений на семинарах, тест, реферат</b>
2	1 - 9	УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2	<b>Оценка выступлений на семинарах, тест, реферат</b>

Компетенции формируются частично.

### Оценка сформированности компетенций в процессе освоения дисциплины

<b>Компетенция (код и наименование)</b>	<b>Индикаторы компетенций (код и наименование)</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> уметь анализировать идеологические и ценностные системы в социологических исследованиях; <i>Владеть:</i> практическими навыками исследования культурных и ценностных систем.
	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> осуществлять аналитическую деятельность; <i>Владеть:</i> навыками социального и профессионального взаимодействия с учетом особенностей представителей различных социальных групп
ПК-1 Способен к совершенствованию методов проведения фундаментальных и прикладных социологических исследований	ПК-1.1 Разрабатывает модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	<i>Знать:</i> методы проведения социологических исследований; <i>Уметь:</i> использовать методы описания социальных явлений; <i>Владеть:</i> навыками консалтинга.
	ПК-1.2 Совершенствует и разрабатывает методы сбора и анализа данных фундаментальных и прикладных социологических исследований	<i>Знать:</i> методы проведения социологических исследований; <i>Уметь:</i> совершенствовать и разрабатывать их; <i>Владеть:</i> навыками сбора и анализа социологических данных.

### Текущий контроль

При оценивании ответов на семинаре учитываются:

- степень раскрытия содержания материала, знание теории изученных вопросов (0-1 балла);
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала) (0-1 балла).

При оценивании выступления с докладом-презентацией учитывается:

- полнота подготовки задания, информативность (должны быть отражены ответы на все поставленные в задании вопросы) – (0-5 баллов);
- глубина проработки изучаемых вопросов (проработка материала должна отражать владение основными понятиями и концепциями) (0-3 балла);
- системность, наличие выводов (презентация должна отражать системный подход к анализу и способу представления данных, а также содержать краткие выводы) (0-3 балла);
- визуальное оформление презентации (использование в презентации шрифтовых и визуальных решений, наличие фотоиллюстраций, деловой стиль) (0-3 балла).

При оценивании выполнения практического задания учитывается:

- полнота подготовки задания, информативность (должны быть отражены ответы на все поставленные в задании вопросы) – (0-5 баллов);
- системность, наличие выводов (должен быть отражен системный подход к анализу и способу представления данных, а также содержать краткие выводы) (0-5 баллов).

### Промежуточная аттестация (экзамен)

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 20 вопросов теста (теоретического характера).

Каждый вопрос теста оценивается на 2 балла, максимально возможное количество баллов – 40:

- ответ на 0-9 вопросов теста (неудовлетворительно);
- ответ на 10-14 вопросов теста (удовлетворительно);
- ответ на 15-17 вопросов теста (хорошо);
- ответ на 18-20 вопросов теста (отлично).

### Таблица соотнесения оценочных средств и компетенций

№	Оценочное средство	Формируемые компетенции	Критерии оценивания
1	Работа в семинарской группе	УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2	(до 30 баллов) Присутствие на семинаре Активное обсуждение вопросов (до 30 баллов) Выполнение домашних заданий
2	Тестирование	УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2	(до 10 баллов) Ответы на вопросы промежуточного теста
3	Экзамен	УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2	(до 30 баллов) Подготовка и публичная защита итоговой письменной работы (case-study).

Магистрант сам выбирает формы текущего контроля из предложенного списка с учетом того, что по каждому разделу курса необходимо набрать не ниже минимальной суммы баллов. Максимальная сумма баллов по всем формам текущего контроля - **60**.

Магистрант допускается до сдачи зачета при условии, что им выполнено минимум заданий, предусмотренных программой по текущему контролю. Минимальная сумма баллов по всем формам текущего контроля составляет не менее - **32**.

Основой для оценки магистранта служит уровень усвоения материала, предусмотренного государственным образовательным стандартом и учебным планом дисциплины.

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Примерный перечень контрольных вопросов**

Формируемые компетенции: УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2

1. Предыстория теоретического осмысления развития личности (био- и социогенетический подходы, концепция конвергенции двух факторов. Их ограничения).
2. З. Фрейд и ортодоксальный психоанализ: теория личности.
3. Ж. Пиаже: периодизация интеллектуального развития личности.
4. Потенциал использования теорий З. Фрейда и Ж. Пиаже в рекламе.
5. Специфика российского подхода к периодизации развития личности. Культурно-историческая концепция развития личности Л.С. Выготского.
6. Развитие взглядов Л.С. Выготского его последователями.
7. Основные этапы социализации личности и их содержание.
8. Потенциал использования культурно-исторической концепции развития личности в рекламе.
9. Возраст в современной гуманитарной науке.
10. Предтечи конкретно-научного интереса к жизненному пути личности – Ш. Бюллер и К.Г. Юнг.
11. Э. Эриксон: периодизация жизненного пути личности.
12. Концепция социального развития «Эго»Дж, Лоевингер.
13. Л. Колберг: теория морального развития личности. Ее критика К. Гиллиган.
14. Дж. Фуллер: концепция развития веры.
15. Потенциал использования культурно-исторической концепции развития личности в рекламе.
16. Качественные статичные модели личности (К. Юнг; А. Маслоу, В. Ядов)
17. Количественные статичные модели личности (Г. Айзенк, Р. Кеттел, «Большая пятерка», Г. Хофстеде, VALS-подход, Homo Post-Soveticus).
18. Основные компоненты рекламной кампании бренда.

**Письменная работа «Организация рекламной коммуникации с целевой аудиторией  
бренда (case study)» (объем 8-10 стр. без приложений)**

Формируемые компетенции: УК-5.1, УК-5.2, ПК-1.1, ПК-1.2

Работа представляет собой индивидуально выполненный проект по реальному бренду и имеющий следующую структуру:

1. История бренда. Основные конкуренты.
2. Параметры целевой аудитории (ЦА).
3. Основные личностные характеристики и особенности стиля жизни
4. Реклама бренда
  - 4.1. Анализ существующей рекламной активности. Ее соответствие параметрам ЦА.
  - 4.2. Содержание нового рекламного сообщения.
5. Медиа-размещение.
6. Выводы.
7. Мнение о форме и содержании курса.
8. Литература.
9. ПРИЛОЖЕНИЯ.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

При изучении дисциплины «Личность как объект рекламной коммуникации» студенту следует использовать федеральные законы и подзаконные нормативные правовые акты РФ, монографии, учебники, учебные пособия, справочники (в том числе статистические), а также *новейшие* научные публикации в *научных изданиях* (материалах научных и практических конференций, тематических сборниках и т.д.), в том числе периодических (журналах, газетах). Список источников и литературы

### *Нормативно-правовые акты*

1. Конституция Российской Федерации. – М.: Омега-Л, 2007. - 40 с.
2. Закон о средствах массовой информации. Принят Государственной Думой (<http://outdoormedia.ru/doc2.phtml>)
3. Международный кодекс рекламной деятельности Международной Торговой Палаты (кодекс МТП) <http://outdoormedia.ru/doc12.phtml>
4. Международный Кодекс ICC/ESOMAR <http://outdoormedia.ru/doc14.phtml>

5. Рекламная деятельность в России: Законодательные и другие нормативные акты. – М.: изд-во Российской газеты, 2001.
6. Федеральный закон от 18.07.95 № 108-ФЗ "О рекламе" (ред. от 02.11.2004)
7. Разъяснение об изменениях в Федеральном законе "О рекламе" (URL: <http://www.advertology.ru/article108459.htm>)

### **Основная литература**

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/ 10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)
4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).
5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitiya-lichnosti-v-psihologii/>).
6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).
7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.
8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

### **Дополнительная литература**

1. Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
3. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
4. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва :Дашков и К, 2017. -



488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).

### **6.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

[www.vciom.ru](http://www.vciom.ru)  
[www.fom.ru](http://www.fom.ru)  
[www.romir.ru](http://www.romir.ru)  
[www.auditorium.ru](http://www.auditorium.ru)

#### **Журналы:**

Социологические исследования <http://www.isras.ru/socis.html>  
Социология 4М <http://www.isras.ru/4M.html>  
Социологический журнал <http://www.isras.ru/Sociologicalmagazine.html>  
Социология и социальная политика  
Экономическая социология <http://www.ecsoc.msses.ru/>

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для магистрантов должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам по социологии. Это необходимо для самостоятельной работы с источниками, подготовки к семинарам и написанию рецензий и рефератов.

Минимально необходимый для реализации программы перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

- наличие аудитории с мультимедийным оборудованием;
- наличие доступного для магистранта выхода в Интернет.

При использовании электронных изданий университет должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Рабочая программа дисциплины адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя). В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной

программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

## **9. Методические материалы**

### **Пояснительная записка и методические указания по проведению семинарских занятий**

В целях углубления теоретических знаний с магистрантами проводятся семинарские занятия. Семинар представляет собой активную форму обучения. В отличие от лекции, где основную нагрузку несет преподаватель, на семинаре требуется одинаковая активность, как преподавателя, так и магистрантов. Как правило, семинару предшествует лекция по той же теме.

При проведении семинарских занятий особое внимание обращается на: углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и в процессе самостоятельной работы магистрантов над учебной и научной литературой, развитие магистрантами навыков творческого мышления при поиске, обобщении и изложении учебного материала, применение полученных знаний при решении учебных задач. На семинарах, наряду с вопросно-ответными методами могут применяться дискуссии, ролевые игры, тренинги и другие методы активизации мыслительной деятельности магистрантов.

Подготовка к семинару обычно включает в себя:

- формулировку тем докладов и выступлений;
- определения докладчиков и работу с ними преподавателя в период подготовки к семинару;
- обеспечение занятия необходимыми учебно-методическими и наглядными пособиями, техническими средствами обучения;

Семинарское занятие можно считать удавшимся, если на нем разворачивается научная дискуссия, высказываются различные точки зрения, происходит столкновение мнений. Одним из условий, обеспечивающих успех семинарских занятий, является совокупность определенных конкретных требований к выступлениям, докладам, рефератам магистрантов.

Основные требования к выступлению магистрантов на семинарском занятии:

1. Введение, связь выступления с предшествующей темой или вопросом.

2. Раскрытие сущности проблемы.
3. Выводы и методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

В начале семинара первыми получают слово ранее намеченные докладчики, далее после выступления основных докладчиков, проводится развернутая дискуссия. Принцип добровольности выступления сочетается с вызовом магистрантов. Остальным желающим выступить по основному вопросу, чтобы не погасить у них интереса к семинару, можно посоветовать быть готовыми для анализа выступлений сокурсников по группе, для дополнений и замечаний.

Желательно, излагать материал свободно, не быть прикованным к записям, конспекту. Творческая атмосфера на семинаре в значительной мере зависит от содержания и формы докладов и выступлений. Чем интереснее, содержательнее доклад, тем больше он привлекает слушателей, вызывает с их стороны желание принять участие в обсуждении, высказать свое мнение. Магистрантам во время своих выступлений важно поддерживать постоянную - связь с аудиторией, быстро, не теряясь, реагировать на реплики, вопросы, замечания. Выступающие на семинаре обращаются к аудитории, а не к преподавателю. Обязательным требованием к выступающим, особенно в начале семинарского курса, является зачитывание плана выступления, доклада, реферата. Опыт показывает, что многие магистранты, содержательно выступив по какому-либо вопросу, часто затрудняются сжато изложить основные положения своего доклада. В определенной ситуации можно рекомендовать магистранту осветить лишь один или два пункта его выступления, доклада, что формирует гибкость мышления, способность переключать внимание, быстроту.

Магистранты, отсутствующие на семинаре, обязаны ликвидировать задолженность в форме, предложенной преподавателем. Такими формами могут быть: индивидуальное собеседование, коллоквиумы или письменная работа по теме пропущенного магистрантами семинара.

## **9.1. Планы семинарских занятий.**

### ***Раздел II. Личность: теоретические подходы к анализу и концепции***

**Тема «Классические зарубежные концепции личности»** Предыстория теоретического осмысления развития личности (био- и социогенетический подходы, концепция конвергенции двух факторов. Их ограничения).

1. З. Фрейд и ортодоксальный психоанализ: теория личности.
2. Ж. Пиаже: периодизация интеллектуального развития личности.
3. Потенциал использования теорий З. Фрейда и Ж. Пиаже в рекламе.

#### ***Рекомендуемая литература и электронные ресурсы (основная):***

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с.

(Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)

3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)

4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).

5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitiya-lichnosti-v-psihologii/>).

6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).

7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.

8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/vozzrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

#### ***Рекомендуемая литература (дополнительная):***

- Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)
- Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
- Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
- Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).

#### ***Тема «Отечественный подход к периодизации развития личности»***

1. Специфика российского подхода к периодизации развития личности. Культурно-историческая концепция развития личности Л.С. Выготского.

2. Развитие взглядов Л.С. Выготского его последователями:

2.1. Леонтьев А.Н.

2.2. Гальперин П.Я.

2.3. Эльконин Д.Б. (схема развития личности)

2.4. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю.

2.5. Слободчиков В.И., Исаев Е.И.

2.6. Фельдштейн Д.И., Петровский А.В. и др.

3. Основные этапы социализации личности и их содержание.

4. Потенциал использования культурно-исторической концепции развития личности в рекламе.

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:  
(основная)**

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/ 10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)
4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).
5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitija-lichnosti-v-psihologii/>).
6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).
7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.
8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).
9. Слободчиков В.И., Цукерман Г.А. Интегральная периодизация общего психического развития // Вопросы психологии. – 1996. - №5. – с. (URL: [http://library.by/portalus/modules/psychology/referat\\_show\\_archives.php?subaction=showfull&id=1107445051&archive=1120045935&start\\_from=&ucat=27&](http://library.by/portalus/modules/psychology/referat_show_archives.php?subaction=showfull&id=1107445051&archive=1120045935&start_from=&ucat=27&) ).
10. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

**• Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:  
• (дополнительная)**

- Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)

- Бочаров В.В. Антропология возраста. – М., 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
- Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
- Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).

***Тема «Современные зарубежные подходы в всевозрастном развитии личности»***

1. Возраст в современной гуманитарной науке.
2. Предтечи конкретно-научного интереса к жизненному пути личности – Ш. Бюллер и К.Г. Юнг
3. Э. Эрикссон: периодизация жизненного пути личности.
4. Концепция социального развития «Эго»Дж, Лоевингер.
5. Л. Колберг: теория морального развития личности. Ее критика К. Гиллиган.
6. Дж. Фуллер: концепция развития веры.
7. Потенциал использования культурно-исторической концепции развития личности в рекламе.
8. История (моего) бренда. Основные конкуренты.

***Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:  
(основная)***

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/ 10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)
4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).
5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitija-lichnosti-v-psihologii/>).
6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).

7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.
8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:  
(дополнительная)**

- Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)
  - Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
  - Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
  - Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).
- Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).

**Тема «Современные «статичные» концепции личности»**

1. Качественные статичные модели личности (К. Юнг; А. Маслоу, В. Ядов)
2. Количественные статичные модели личности (Г. Айзенк, Р. Кеттел, «Большая пятерка», Г. Хофстеде, VALS-подход, Homo Post-Soveticus).
3. Социально-демографические параметры целевой аудитории (ЦА) бренда.
4. Основные личностные характеристики и особенности стиля жизни ЦА бренда.

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:  
(основная)**

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. -



(Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)

4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).

5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitiya-lichnosti-v-psihologii/>).

6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).

7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.

8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/vozrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

9. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. – СПб: Питер, 2006. – гл. 4 (К.Г. Юнг), гл. 6 (Р. Кеттел, Г. Айзенк), гл. 10 (А. Маслоу), гл. 11 (К. Роджерс) (URL: <http://www.ligis.ru/psylib/090417/books/hjelz01/index.htm>).

#### ***Рекомендуемая литература и электронные ресурсы: (дополнительная)***

• Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)

• Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).

• Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).

• Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).

### ***Раздел III. Разработка рекламной коммуникации с целевой аудиторией бренда***

#### ***Тема «Личностные особенности целевой аудитории бренда»***

1. Основные социально-демографические параметры ЦА бренда.
2. Личностные особенности ЦА бренда (с использованием всех рассмотренных ранее теорий личности).

#### ***Тема «Создание рекламного сообщения с учетом личностных особенностей целевой аудитории бренда» - 4 часа***

1. Презентация учебных кейсов прошлых лет.
2. Презентация «своего» бренда: история прошлых рекламных компаний, конкуренты, социально-демографические и психографические параметры ЦА.
3. Мозговой штурм (генерирование идей) о СОДЕРЖАНИИ НОВОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ БРЕНДА (образ, слоган, сюжет рекламного ролика...) с опорой на теории/модели личности и учетом параметров ЦА по каждому бренду.

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:**

**(основная)**

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ : монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/ 10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва :НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС)ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)
4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).
5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitija-lichnosti-v-psihologii/>).
6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).
7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.
8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).
9. Голова А.Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Маркетинг в России и зарубежом. – 2006. - №6 (<http://www.dis.ru/library/manag/archive/2006/3/4078.html>)
10. Кузьмин А.Н. Методы поиска новых идей и решений. Мозговой штурм // Методы менеджмента качества. – 2003. - №1 (URL: <http://www.inventech.ru/pub/club/087/>)
11. Ширяев В. Тенденции маркетинговых коммуникаций в России // 4pMARKETING (<http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=003017>)

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:**

**(дополнительная)**

- Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN

- 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)
- Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
  - Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
  - Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).
  - Лучший слоган года (URL: <http://www.sostav.ru/yearResults/2011/20/>)  
Моя коллекция «из рекламы» (URL: <http://iz-reklamy.ru/>)

***Тема «Разработка медиа-стратегии (медиа-микса) рекламной компании»***

Презентация «своего» бренда: содержание рекламного сообщения, особенности стиля жизни ЦА и медиа-размещения рекламы.

1. Групповое обсуждение каждого бренда.

***Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:***

***(основная)***

1. Оганян, К. К. Междисциплинарные исследования личности в социологии: сравнительный анализ: монография / К.К. Оганян. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Научная мысль). — [www.dx.doi.org/10.12737/20783](http://www.dx.doi.org/10.12737/20783). - ISBN 978-5-16-104704-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1048442> (дата обращения: 18.03.2020)
2. Оганян, К. К. Анализ теории личности в российской социологии: история и современность: Монография / Оганян К.К. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 360 с. (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-010479-9. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1009386> (дата обращения: 18.03.2020)
3. Современная личность: психологические исследования : монография / отв. ред. М.И. Воловикова, Н.Е. Харламенкова. - Москва : Институт психологии РАН, 2012. - 392 с. - (Психология социальных явлений). - ISBN 978-5-9270-0237-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1060379> (дата обращения: 18.03.2020)
4. Кон И.С. Ребенок и общество. – М.: Издательский центр "Академия", 2003. (URL: <http://sexology.narod.ru/book15.html>).
5. Моргун В.Ф, Ткачева И.Ю. Проблема развития личности в психологии. - М.: Изд-во МГУ, 1981 (URL: <http://forum.myword.ru/index.php?/files/file/10486-problema-periodizacii-razvitiya-lichnosti-v-psihologii/>).
6. Солодникова И.В. Социализация личности: сущность и особенности на разных этапах жизни // Социологические исследования. - 2007. - №2. – С.32-40 (URL: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2007-02/Solodnikova.pdf>).
7. Солодников В.В., Солодникова И.В. «Средний возраст» и жизненный путь личности. – М.: Изд-во РГГУ, 2018.

8. Эльконин Д.Б. К проблеме периодизации психического развития // Избранные психологические труды. – 1989. – М.: Педагогика. - С.60-77 (URL: <http://www.psy-files.ru/bibl/voznrastnaya-psihologiya/421-jelkonin-d.-b.-k-probleme-periodizacii.html>).

**Рекомендуемая литература и электронные ресурсы:**

**(дополнительная)**

- Андреева, Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 360 с. - ISBN 978-5-7567-0827-1. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039489> (дата обращения: 18.03.2020)
- Бочаров В.В. Антропология возраста. – М.. 2000. – с.10-15. (URL: <http://knigovo.ru/2471-antropologiya-vozrasta-v-v-bocharov.html>).
- Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028523> (дата обращения: 18.03.2020).
- Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - Москва : Дашков и К, 2017. - 488 с. (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/329134> (дата обращения: 18.03.2020).
- Когнитивное развитие (URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%9E%D0%93%D0%9D%D0%98%D0%92%D0%9E%D0%95\\_%D0%97%D0%92%D0%98%D0%95](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%9E%D0%93%D0%9D%D0%98%D0%92%D0%9E%D0%95_%D0%97%D0%92%D0%98%D0%95) дата обращения 16.02.2020)
- Крылов И. Введение в медиапланирование ([http://www.mediaplanirovanie.ru/ru/mediaplanning/theory\\_and\\_practice/articles/intro.htm](http://www.mediaplanirovanie.ru/ru/mediaplanning/theory_and_practice/articles/intro.htm))
- Куликов П. Удачные примеры необычной рекламы (URL: <http://www.advertology.ru/article57597.htm>)
- Тивари С. (Не)здоровый смысл рекламы. – СПб: Питер, 2004.
- Усачева М. Россияне становятся "многоканальными покупателями" (URL: <http://www.sostav.ru/news/2011/02/15/cod11/>)
- Шорт-лист ММФР-2011. Нестандартные рекламоносители (URL: <http://www.sostav.ru/columns/mmfr20/2011/0026/>)

**Тема «Личность – объект рекламной коммуникации»**

Презентация и публичная защита учебного проекта «Организация рекламной коммуникации с целевой аудиторией бренда (case study)».

1. Групповое обсуждение каждого проектов.
2. Групповая дискуссия: Личность как объект рекламной коммуникации.

**9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

*Рекомендации по оформлению презентаций (докладов)*

1. На первом слайде необходимо обозначить тему презентации, название предмета, а так же кто выполнил ее, т.е. ваш курс и ФИО.
2. В презентации должна быть структура. Чтобы вам было легче - следуйте структуре задания.

3. Каждый слайд должен иметь заголовок (сверху) и номер (снизу в углу). Кегль заголовков от 18-го. Каждый заголовок слайда должен соответствовать одной из позиций задания.
4. Весь текст презентации должен быть выполнен одним шрифтом (не более 16 кегля) без курсива. Курсив допускается, если Вы им хотите что-либо выделить.
5. На заключительном слайде должен быть список используемой литературы или веб-ссылок, откуда Вы брали информацию.
6. Презентация должны выглядеть аккуратно. На всех слайдах соблюдайте единые поля и общий стиль презентации.

### 9.3. Иные материалы

#### Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид работы	Содержание (перечень вопросов)	Трудоемкость самостоятельной работы (в часах)	Рекомендации
Подготовка к теме №1	См. тему 1.	1	См. список литературы к теме 1.
Подготовка к теме 2	См. тему 2	1	См. список литературы к теме 2.
Подготовка к теме 3	См. тему 3	1	См. список литературы к теме 3.
Подготовка к семинарам темы 3	Перечень вопросов для самостоятельного изучения Подготовка докладов	1	См. описание семинаров темы 3 в «Плане семинарских занятий», литературу к теме , к семинарам.
Подготовка к лекции и семинарам темы 4	См. тему 4	1	См. список литературы к теме 4.
Подготовка к теме 5	См. тему 5	1	См. список литературы к теме 5.
Подготовка к семинарам темы 5	Перечень вопросов для самостоятельного изучения Подготовка докладов	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературу по теме 5.
Подготовка к теме 6	См. тему 6	1	См. список литературы к теме 6.
Подготовка к семинарам темы 6	Перечень вопросов семинара 2. Перечень вопросов для самостоятельного изучения Чтение, реферирование рекомендованной литературы	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературу к теме.
Подготовка к теме 7	См. тему 7	1	См. список литературы к теме 7.
Подготовка к семинарам темы 7	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературы.
Промежуточная аттестация	Подготовка к выполнению промежуточного тестирования.	4	См. темы 1-7.
Подготовка к теме 8	См. тему 8	1	См. список литературы к теме 8.

Подготовка к семинарам темы 8	Перечень вопросов для самостоятельного изучения Подготовка докладов	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературу к теме 8
Подготовка к теме 9	См. тему 9	1	См. список литературы к теме 9.
Подготовка к семинарам темы 9	Перечень вопросов семинарам Перечень вопросов для самостоятельного изучения Разработка рекламного сообщения	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературы к теме 9.
Подготовка к теме 10	См. тему 10	1	См. список литературы к лекции темы 10.
Подготовка к семинарам темы 10	Перечень вопросов для самостоятельного изучения Разработка медиа-стратегии	2	См. описание семинаров, материалы лекций и литературу к теме 10.
Подготовка к итоговой аттестация. экзамен	Подготовка и защита итоговой презентации	11	См. материал РПД
Итого		38	

**Аннотация дисциплины**

Дисциплина «Личность как объект рекламной коммуникации» входит в цикл дисциплин подготовки магистров по направлению 39.04.01 «социология», программа «Политическое консультирование».

*Цель* курса: подготовить специалиста, обладающего знаниями об основных подходах и теоретических концепциях личности, и создать условия для лабораторного применения этих знаний в соответствии с направленностью магистерской программы.

Достижение цели предусматривает решение в процессе изучения курса следующих *задач*:

- изучить основные подходы и теоретические концепции (как отечественные, так и зарубежные) личности;
- актуализировать знание современных социологических теорий и социологии маркетинга, рекламы и рыночных отношений;
- предложить новое содержание и медиамикс рекламной компании конкретного бренда;
- отработать навыки самостоятельной (в том числе с использованием современных информационных технологий) и групповой работы в ходе решения творческого (с неявно заданным результатом) задания;
- развить навыки анализа и представления результатов прикладных исследований в области в рамках исследовательского сопровождения маркетинга.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций** выпускника:

<b>Компетенция (код и наименование)</b>	<b>Индикаторы компетенций (код и наименование)</b>	<b>Результаты обучения</b>
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> уметь анализировать идеологические и ценностные системы в социологических исследованиях; <i>Владеть:</i> практическими навыками исследования культурных и ценностных систем.
	УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры	<i>Знать:</i> социологические теории культуры; <i>Уметь:</i> осуществлять аналитическую деятельность; <i>Владеть:</i> навыками социального и профессионального взаимодействия с

	представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп	учетом особенностей представителей различных социальных групп
ПК-1 Способен к совершенствованию методов проведения фундаментальных и прикладных социологических исследований	ПК-1.1 Разрабатывает модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	Знать: методы проведения социологических исследований; Уметь: использовать методы описания социальных явлений; Владеть: навыками консалтинга.
	ПК-1.2 Совершенствует и разрабатывает методы сбора и анализа данных фундаментальных и прикладных социологических исследований	Знать: методы проведения социологических исследований; Уметь: совершенствовать и разрабатывать их; Владеть: навыками сбора и анализа социологических данных.