

**Аннотация дисциплины «Психология рекламной деятельности»  
для направления подготовки 43.03.02 Туризм  
Профиль: Международный и национальный туризм  
заочная форма обучения**

Дисциплина «Психология рекламной деятельности» относится к профильному блоку дисциплин по выбору профиля «Гостиничный бизнес» направления подготовки «Туризм».

**Тема 1. Понятие рекламной деятельности. Ее роль в современном обществе**

Понятия «реклама» «рекламная деятельность» - их анализ и интерпретация. Основные характеристики рекламы как одного из основных элементов маркетинговой коммуникации. Объективные и субъективные предпосылки для возникновения науки о рекламной деятельности. Психология рекламной деятельности в системе социальных наук. Основные цели и задачи курса «Психология рекламной деятельности». Предмет и объект рекламной деятельности.

Цели и задачи рекламной деятельности. Виды и формы рекламы. Функции рекламы - экономическая, информационная, коммуникативная, контролирующая, корректирующая, функция управления спросом. Основные категории и понятия рекламной деятельности.

**Тема 2. История возникновения рекламной деятельности.**

Реклама в древнем мире. Сущность проторекламы - символизация и архетипизация. Коллективное мышление. Эйдетическая память - ее роль в передаче и хранении информации. Символическая демонстративность в эпоху Античности. Ораторское искусство и сократический диалог как способ психологического воздействия и рекламной коммуникации. Письменная реклама - граффити, античная протогазета. Реклама в эпоху Возрождения. Рекламный ярмарочный фольклор.

«Новое время» - печатная реклама и способы оказания влияния на человека. Газетная реклама. Иллюстрированная реклама - специфика и особенности восприятия.

**Тема 3. Теоретико-методологические основы рекламной деятельности.**

Теоретические основы науки о рекламной деятельности. Основные методологические категории и понятия рекламной деятельности. Основные теоретические

подходы и направления в рекламной деятельности. Рекламная кампания. Понятие «связи с общественностью» (PR). Основные направления эффективного синергетического взаимодействия PR и рекламы.

Информационно-коммуникационный подход в изучении рекламы. Коммуникация - типы, виды. Системный подход и психология рекламной деятельности. Реклама как коммуникация. Психологические основы рекламных коммуникаций.

#### **Тема 4. Типы и виды рекламной деятельности. Каналы распространения рекламы.**

Виды рекламы: коммерческая, социальная. Базисные типы рекламы. Реклама торговой марки. Торгово-розничная реклама. Адресно-справочная реклама. Направленно-ответная реклама. Бизнес-реклама. Корпоративная или имиджевая реклама. Общественная реклама. Информативная, убеждающая и напоминающая реклама. Рациональная и эмоциональная реклама. Селективная (избирательная) реклама, массовая реклама. Локальная, региональная, общенациональная, международная реклама.

Рекламные носители и каналы распространения рекламы. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Рекламные сувениры. Наружная реклама. Выставки и ярмарки. Прямая почтовая реклама,. Радио- и телереклама. Реклама в Интернет-пространстве - формы и виды, каналы распространения, основные площадки. Социальные сети, телеграмм- каналы, поисковые системы и др.

#### **Тема 5. Психологические аспекты рекламных исследований**

Психологические аспекты формирования рекламной деятельности. Теория подражания (Тард Г.). Бессознательные мотивы в поведении человека и их роль в рекламе. Бихевиоризм - наука о поведении человека (Скиннер, Уотсон). Научение и подкрепление, стимулирование восприятия рекламной информации. Аналитическая психология (Юнг К.Г.). Символизация поведения людей, архетипы, коллективное бессознательное и реклама.

Психологические аспекты восприятия рекламной информации. Психологические подходы к выбору методов рекламных и PR- исследований. Тестирование рекламы. Методики оценки психологической эффективности рекламы.

#### **Тема 6. Подготовка и проведение рекламных кампаний и акций**

Стратегическое мышление в рекламной деятельности.

Постановка проблемы. Ситуационный анализ. Процесс, процедуры и методы исследований. Выявление и характеристика целевых аудиторий. Неформальные и

формальные исследования. Медиа-досье. Контент- анализ. Экспресс-анализ СМИ. Определение целевой и ключевой аудитории. Виды целевых аудиторий, внешняя и внутренняя аудитории. Особенности различных социальных групп. Фокус-группы. Этапы рекламной кампании. Разработка, планирование и проведение рекламных кампаний. Принципы бюджетирования рекламных кампаний. Оперативный мониторинг.

Информационно-рекламные материалы. Принципы разработки и производства рекламного продукта. Рекламный процесс, его принципиальная схема, участники, составляющие, их взаимодействие. Принципы взаимодействия с рекламными агентствами, агентствами интегрированных маркетинговых коммуникаций, производителями рекламного контента и продукции.

### **Тема 7. Оценка эффективности рекламной деятельности**

Оценка эффективности как важнейший элемент рекламной кампании. Проблема и способы измеримости результатов. Основные принципы и компоненты оценки. Ключевые термины и стандарты. Интерпретация и представление оценки.

### **Тема 8. Современный этап развития рекламы в индустрии туризма.**

Особенности современного этапа развития рекламы. Мировой рынок рекламы. Глобальные и российские тренды развития рекламы в сфере туризма. Международная и глобальная, национальная, региональная

реклама. Международные рекламные кампании в сфере туризма. Тенденции развития международных рекламных структур. Современные тенденции развития средств массовой коммуникации.