

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Педагогический институт

Кафедра социальной и возрастной психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



Т. И. Гущина

«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине ФТД.2 Нарративный подход в психологии рекламы

Направление подготовки/специальность: 37.04.01 - Психология

Профиль/направленность/специализация: Психология бизнеса

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2021

Автор программы:

Кандидат психологических наук, доцент Комаров Владимир Владимирович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 37.04.01 - Психология (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «29» июля 2020 г. № 841).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры социальной и возрастной психологии «01» июля 2021 г. Протокол № 12

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Педагогического института, Протокол от «05» июля 2021 г. № 8.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	12

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-4 Готов осваивать современные бизнес-технологии: создание и развитие команды, принятие решения, предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций, а также PRи HR – деятельности

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий (администрирование)
- экспертно-диагностический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: консультирования, управления коммуникацией, администрирования бизнес-процессов и обеспечения работы с персоналом)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-4 Готов осваивать современные бизнес-технологии: создание и развитие команды, принятие решения, предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций, а также PRи HR – деятельности	Анализирует и обобщает различные приемы и практики успешного ведения рекламной деятельности бизнес структурами, разрабатывает рекомендации по их внедрению в практику компании

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-4 Готов осваивать современные бизнес-технологии: создание и развитие команды, принятие решения, предупреждение и преодоление конфликтных ситуаций, а также PRи HR – деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения				
		Очно-заочная (семестр)				
		1	2	3	4	5
1	Диагностика личностного потенциала		+			
2	Духовная культура личности		+			
3	Лидерство и построение команды в бизнесе			+		

4	Производственная практика в профильных организациях				+	+
5	Психология принятия управленческих решений		+			
6	Психолого-педагогические технологии социального воспитания	+				
7	Психотехники ведения переговоров				+	
8	Психотехники избегания рисков				+	
9	Современные HR-технологии в организации	+				
10	Социальная психология в социальной практике	+				
11	Социально-психологический климат в бизнесе			+		
12	Технологии формирования имиджа и бренда компании	+				

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Нарративный подход в психологии рекламы» изучается в 4 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 2 з.е.

Очно-заочная: 2 з.е.

Вид учебной работы	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа	28
Лекции (Лекции)	4
Практические (Практ. раб.)	24
Самостоятельная работа (СР)	44
Зачет	-

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О-3	О-3	О-3	
4 семестр					

1	Нарративная стратегия как коммуникационная стратегия	2	4	12	Собеседование
2	Методы и техники нарративного исследования	-	10	16	Решение практических заданий; Собеседование
3	Нарративные стратегии в рекламе	2	10	16	Решение практических заданий; Собеседование

Тема 1. Нарративная стратегия как коммуникационная стратегия (ПК-4)

Лекция.

Нарративная стратегия как сюжетно-повествовательная стратегия. Миф, сказка, новелла, анекдот. Виды нарративных стратегий в литературе и в сфере массовой коммуникации. Теория возникновения литературного сюжета Ю.М. Лотмана. Нарративный поворот в науках: постмодернизм и социальный конструкционизм

Практическое занятие.

- 1 Нарративная стратегия как сюжетно-повествовательная стратегия.
- 2 Виды нарративных стратегий в литературе и в сфере массовой коммуникации.
- 3 Нарративный поворот в науках: постмодернизм и социальный конструкционизм

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

Тема 2. Методы и техники нарративного исследования (ПК-4)

Лекция.

Не предусмотрена

Практическое занятие.

- 1
Схема Нарративного анализа идентичности.
- 2
Анализ нарративного биографического интервью.
- 3
Техники экстернализации.
- 4
Техники деконструкции.
- 5
Техники восстановления участия.
- 6
Церемония признания самоопределения.
- 7
Групповые техники работы нарративного практика.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

Тема 3. Нарративные стратегии в рекламе (ПК-4)

Лекция.

Роль сюжетно-повествовательных стратегий в производстве рекламных и PR-текстов. PR-послания. Сторителлинг. Нарратив специальных событий. Дискурсы соревнования и праздника (М. Кошелюк). Нарратив имиджевых и рекламных текстов. Нарратив в упаковке. Нарратив наружной рекламы (агитплакаты, трассовые модули).

Практическое занятие.

- 1 Роль сюжетно-повествовательных стратегий в производстве рекламных и PR-текстов. PR-послания.
- 2 Сторителлинг.
- 3 Нарратив специальных событий.
- 4 Дискурсы соревнования и праздника
- 5 Нарратив имиджевых и рекламных текстов.
- 6 Нарратив в упаковке.
- 7 Нарратив наружной рекламы (агитплакаты, трассовые модули).
- 8 Нарративные модели рекламных фильмов
- 9 Нарративные стратегии on-line: блоги, интернет-игры, комментарии.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

Балльно-рейтинговые мероприятия не предусмотрены

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Решение практических заданий

Тема 2. Методы и техники нарративного исследования

Сопоставьте различные типы дизайнов исследования (экспериментальные, кросс-секционные, лонгитюдные, кейс-стади, компаративные) с точки зрения их базовых отличий.

Тема 3. Нарративные стратегии в рекламе

Подготовьте рекламное предложение с использованием нарративных технологий

Собеседование

Тема 1. Нарративная стратегия как коммуникационная стратегия

- 1 Нарративная стратегия как сюжетно-повествовательная стратегия.
- 2 Виды нарративных стратегий в литературе и в сфере массовой коммуникации.
- 3 Нарративный поворот в науках: постмодернизм и социальный конструкционизм

Тема 2. Методы и техники нарративного исследования

1

Схема Нарративного анализа идентичности.

2

Анализ нарративного биографического интервью.

3

Техники экстернализации.

4

Техники деконструкции.

5

Техники восстановления участия.

6

Церемония признания самоопределения.

7

Групповые техники работы нарративного практика.

Тема 3. Нарративные стратегии в рекламе

- 1 Роль сюжетно-повествовательных стратегий в производстве рекламных и PR-текстов. PR-послания.
- 2 Сторителлинг.
- 3 Нарратив специальных событий.
- 4 Дискурсы соревнования и праздника
- 5 Нарратив имиджевых и рекламных текстов.
- 6 Нарратив в упаковке.
- 7 Нарратив наружной рекламы (агитплакаты, трассовые модули).
- 8 Нарративные модели рекламных фильмов
- 9 Нарративные стратегии on-line: блоги, интернет-игры, комментарии.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ПК-4)

- 1 Научное познание. Методология научного познания и ее уровни.
- 2 Смысл и предпосылки нарративного поворота в психологии.
- 3 Сопоставление нарративного и логико-парадигмального модуса мышления.
- 4 Принципы и технология проведения нарративного интервью.
- 5 Этические принципы в нарративных исследованиях.
- 6 Основные этапы нарративного анализа.
- 7 Основные техники нарративной практики.
- 8 Методологические и этические основания работы нарративного практика.
- 9 Кейс-стади исследования в нарративной психологии.
- 10 Особенности групповой работы в нарративной практике.
- 11 Конкретно-методические вопросы
- 12 Схема Нарративного анализа идентичности.
- 13 Анализ нарративного биографического интервью.
- 14 Техники экстернализации.
- 15 Техники деконструкции.
- 16 Техники восстановления участия.
- 17 Церемония признания самоопределения.
- 18 Групповые техники работы нарративного практика.

Типовые задания для зачета (ПК-4)

- 1 Сопоставьте уровни житейского познания (Э.Пирс) с базовыми социально-психологическими понятиями и феноменами.

Критерий ответа: перечисление классических социально-психологических феноменов, которые «соответствуют» выделяемым Пирсом уровням упорства, авторитета, рассуждения и логики, эмпиризма.

- 2 Сравните позитивизм и интерпретативизм с точки зрения валидности исследований.

Критерий ответа: перечисление базовых типов валидности и анализ данных методологических подходов с точки зрения (не)соответствия валидности.

3 Сопоставьте различные типы дизайнов исследования (экспериментальные, кросс-секционные, лонгитюдные, кейс-стади, компаративные) с точки зрения их базовых отличий.

Критерий ответа: перечисление основных отличий между типами дизайнов исследований по критерию времени, количества сравниваемых переменных, валидности.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено»	ПК-4	Демонстрирует достаточный уровень готовности анализировать и обобщать различные приемы и практики успешного ведения рекламной деятельности бизнес структурами, разрабатывает рекомендации
«не зачтено»	ПК-4	Демонстрирует недостаточный уровень готовности анализировать и обобщать различные приемы и практики успешного ведения рекламной деятельности бизнес структурами, разрабатывает рекомендации

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Душкина М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : Учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 259 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/476773>
2. Почебут Л.Г., Чикер В.А. Организационная социальная психология : учебник. - Москва: Проспект, 2020. - 552 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392305674.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Бородина, Н. В., Щетинина, Е. В. Психология рекламы : учебное пособие. - 2026-04-14; Психология рекламы. - Сочи: Сочинский государственный университет, 2020. - 106 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/106582.html>
2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Психология рекламы и PR. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 224 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>
3. Абдурахманов, Р. А. Социальная психология личности, общения, группы и межгрупповых отношений : учебник. - Весь срок охраны авторского права; Социальная психология личности, общения, группы и межгрупповых от. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 368 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/72456.html>
4. Прокопчук С. С. Социальная психология управления : монография. - Москва: Лаборатория книги, 2012. - 107 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142635>

6.3 Методические разработки:

1. Андреева А. А. Психология рекламы: учебно-методическое пособие для студентов направления «Журналистика» (Дидактические материалы для самостоятельной работы) : учебно-методическое пособие. - Тюмень: Тюменский государственный университет, 2016. - 52 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571744>
2. Бубчикова Н.В., Чикова И.В. Социальная психология : учебно-методическое пособие. - Москва: Флинта, 2020. - 213 с. - Текст : электронный // ЭБС «Консультант студента вуза и медвуза [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN97859765238761.html>

6.4 Иные источники:

1. «Российское психологическое общество» - <http://ppo.pf/>
2. Библиотека психологической литературы. BOOKAP (Books of the psychology) - <http://bookap.info>
3. Журнал Вопросы психологии - <http://www.voppsy.ru/>
4. Журнал "Вопросы психологии" - <http://www.voppsy.ru/>
5. Журнал «Мир психологии» - http://www.mpsu.ru/mag_mir_psyhologii_content
6. Журнал «Психологический журнал» - http://www.ipras.ru/cntnt/rus/institut_p/psihologic.html
7. Журнал «Психология. Журнал высшей школы экономики» - <https://jsps.hse.ru/index.php/psychology/issue/archive>
8. Электронная библиотека института психологии РАН - <http://ipras.ru/cntnt/rus/media/on-layn-bibliote/knigi1.html>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe Reader X (10.1.0) - Russian Adobe Systems Incorporated 25.07.2017 117,00 MB 10.1.0

Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows "Лаборатория Касперского"

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Microsoft Windows 10

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>
2. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
6. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
8. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
9. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>
10. Электронная библиотека. Образовательная платформа «Юрайт». – URL: <https://biblio-online.ru/book/sud-prisyazhnyh-442275>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.