

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

Кафедра «Психология, социология, государственное и муниципальное управление»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и  
предпринимательства»**

Направление подготовки:	37.03.01 – Психология
Профиль:	Психология управления
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2018

### 1. Цели освоения учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины (модуля) «Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства» являются:

- ознакомление студентов с психологическими основами маркетинга, менеджмента, предпринимательства и рекламы;
- создание у студентов представления об основных направлениях маркетинговой, предпринимательской и рекламной деятельности;
- приобретение студентами умений и навыков стратегического планирования рекламных кампаний

### 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-1	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-7	способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии

### 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

6 зачетных единиц (216 ак. ч.).

### 5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины «Психология менеджмента, маркетинга, рекламы и предпринимательства» осуществляется в форме лекций и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельностью и на 72% являются традиционными классически-лекционными (объяснительно-иллюстративные), а также на 28 % проводятся с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе мультимедиа-лекция, проблемная лекция, разбор и анализ конкретной ситуации. Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач) в объеме 46 час. Остальная часть практического курса (22 час.) проводится с использованием интерактивных (диалоговых) технологий, в том числе – для решения проблемных психологических задач, основанных на коллективных способах обучения, и для проведения компьютерного тестирования. Самостоятельная работа студента организована с использованием

традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы (79 час.) относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на 4 раздела, представляющих собой логически завершённый объём учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях. Проведение занятий по дисциплине (модулю) возможно с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий, реализуемые с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников. В процессе проведения занятий с применением электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий применяются современные образовательные технологии, в том числе современные средства коммуникации, электронная форма обмена материалами, а также дистанционная форма групповых и индивидуальных консультаций. .

## **6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

### **РАЗДЕЛ 1**

Введение в дисциплину

Тема: Понятие, предмет, методологические основы дисциплины  
Управленческая составляющая жизни человека и общества

Тема: «Колесо менеджмента» - базисная парадигма последовательности феноменов человеческой практики

### **РАЗДЕЛ 2**

Основы и психологические аспекты маркетинга

Тема: Психология маркетинга

Тема: Планирование и организация маркетинговых исследований

Тема: SWOT-анализ

Тема: . Стратегии позиционирования и

Тема: Брендинг. Планирование и организация брендинга

Тема: Ребрендинг. Планирование и организация ребрендинга.

Тема: Основные типы организационно-управленческих структур. Теория стилей руководства

Тема: Теория мотивации. Первоначальные теории мотивации Х, Y и Z.

Тема: Теория мотивации. Содержательные теории 2-х факторов Герцберга, теория существования, связи и роста Альдерфера, теория потребностей Мак-Клелланда. Процессуальные теории: модель Портера-Луолера.

Тема: Понятие корпоративной культуры и психологический климат в организации

### РАЗДЕЛ 3

#### . Основы и психологические аспекты рекламы

Тема: . Виды и формы рекламы

Понятие прямой рекламы. Имиджевая и продуктовая реклама. Печатная реклама. Анализ эффективности. Наружная реклама. Телевизионная реклама. Способы тестирования эффективности.

Реклама на радио. Особенности рекламы в сети Интернет. Реклама на месте продажи.

Тема: Фирменный стиль в рекламе. Принципы разработки товарного знака

Тема: Психология рекламы.

Принципы стратегического планирования маркетинговых коммуникаций. Понятие целевой аудитории. Типологии потребителя рекламы.

Тема: Структура рекламного воздействия.

Рекламная стратегия и основное рекламное сообщение.

Принципы построения рекламного сообщения.

Тема: Роль психических процессов в формировании рекламных образов

Значение внимания для рекламной деятельности.

Тема: Способы анализа эффективности рекламы

Психологические методы стимулирования продаж.

### РАЗДЕЛ 4

#### Основа и психология предпринимательства

Тема: Психология предпринимательства.

Тема: Современное понятие предпринимательства. Виды и формы предпринимательской деятельности.

Тема: Психология бедности и психология богатства

Тема: Психология инвестиционного поведения.

Тема: Психология финансовых рисков.

Тема: Особенности российского предпринимательства

Тема: Различия в психологии и деятельности менеджера и предпринимателя.