ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1. Схемы репрезентативных систем и восприятия информации.

Цель занятия: Разработать схемы репрезентативных систем и восприятия информации. Оборудование: презентации; рекомендации для обучающихся; компьютер; мультимедийный проектор; интерактивная доска; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Для чего нужны схемы репрезентативных систем и восприятия информации.

2. Каким способом можно разработать схемы репрезентативных систем и восприятия информации.

Содержание занятия:

1. Рассказать учащимся про схемы репрезентативных систем и восприятия информации.

2. Дать задание по составлению схем репрезентативных систем и восприятия информации.

Практическое занятие № 2. Психологическая классификация рекламы.

Цель занятия: Составить психологическую классификацию рекламы. Оборудование:

рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Что такое психологическая классификация рекламы. 2. Как используется психологическая классификация рекламы.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты для составления психологической классификации рекламы.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № З. Воздействие рекламы на человека.

Цель занятия: Исследовать воздействие рекламы на человека. Оборудование: презентации; мультимедийный проектор; интерактивная доска; рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Как реклама воздействует на человека.

2. Последствия воздействия рекламы на человека.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты воздействия рекламы на человека.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 4. Психологические исследования рекламной деятельности в современный период.

Цель занятия: Рассмотрение психологических исследований рекламной деятельности в современный период. Оборудование:

рекомендации для обучающихся. компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Какие проводились психологические исследования рекламной деятельности в современный период.

2.Что дают психологические исследования рекламной деятельности в современный период. Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты психологических исследований рекламной деятельности в современный период.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 5. Способы манипуляции сознанием в рекламе.

Цель занятия: Определить способы манипуляции сознанием в рекламе.

Оборудование:

рекомендации для обучающихся.

компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Какие существуют способы манипуляции сознанием в рекламе.

2. Что дает манипуляция сознания в рекламе.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные способы манипуляции сознанием в рекламе.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 6. Психологические методы и механизмы в рекламе.

Цель занятия: Классифицировать психологические методы и механизмы в рекламе. Оборудование: презентации; мультимедийный проектор; интерактивная доска; рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Какие есть психологические методы и механизмы в рекламе. 2. Как используются психологические методы и механизмы в рекламе.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты психологических методов и механизмов в рекламе.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 7. Потребности и побудительные мотивов рекламы.

Цель занятия: Выявление потребности и побудительных мотивов рекламы.

Оборудование:

рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Повторить потребности и побудительные мотивы рекламы. 2.Последствия потребности и побудительных мотивов рекламы.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты потребности и побудительных мотивов рекламы.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 8. Схемы поведенческого компонента рекламного воздействия.

Цель занятия: Составить схемы поведенческого компонента рекламного воздействия. Оборудование: презентации; мультимедийный проектор; интерактивная доска; рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Что такое схемы поведенческого компонента рекламного воздействия.

2. Какие последствия за собой ведет поведенческий компонент рекламного воздействия. Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты для составления схем поведенческого компонента рекламного воздействия.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 9. Модели эмоционального отклика на рекламу и формирование отношения.

Цель занятия: Разработка модели эмоционального отклика на рекламу и формирование отношения. Оборудование:

рекомендации для обучающихся. компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Что такое модели эмоционального отклика на рекламу и формирование отношения.

2. Как используются модели эмоционального отклика на рекламу и формирование отношения. Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты для разработки модели эмоционального отклика на рекламу и формирование отношения. З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 10. Ситуации с эмоциональным аспектом рекламного воздействия.

Цель занятия: Разбор ситуации с эмоциональным аспектом рекламного воздействия. Оборудование: компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Какие бывают ситуации с эмоциональным аспектом рекламного воздействия.

2. Почему возникают ситуации с эмоциональным аспектом рекламного воздействия.

Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты для составления психологической классификации рекламы.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.

Практическое занятие № 11. Психологических аспектов создания имиджа торговой марки.

Цель занятия: Рассмотрение психологических аспектов создания имиджа торговой марки. Оборудование: презентации; мультимедийный проектор; интерактивная доска; рекомендации для обучающихся; компьютер; классная доска; экран.

Вопросы для повторения:

1. Какие бывают психологических аспекты создания имиджа торговой марки.

2. Что такое имидж торговой марки. Содержание занятия:

1. Произвести лекцию по теме.

2. Донести до учащихся главные аспекты имиджа торговой марки и психологические аспекты его создания.

З. Дать практическое задание для закрепление темы.