1. Жарнама психологиясына кіріспе. Жарнамаға түсініктеме.
2. Бүгінгі қоғамдағы жарнаманың мақсаттары мен міндеттері.
3. Жарнаманың негізгі принциптері мен қызметтері.
4. Жарнама дамуның тарихи кезеңдеріне шолу.
5. Әлеуметтік ғылымдар (саясаттану, социология, педагогика, және т.б.) құрылымындағы жарнама психологиясы.
6. Жарнама психологиясының негізгі тұжырымдары.
7. Жарнама психологиясындағы негізгі зерттеулер.
8. Жарнаманы зерттеу әдістерінің сипаттамасы: бақылау, контент-талдау, фокус-топ, ми штурмы және т.б.
9. Жарнама әлеуметтік коммуникацияның түрі ретінде. Коммуникациялық актінің құрылымы, оның базалық құрамы: мәтін, байланыс каналы, контакт, код, контекст, адресант (коммуникатор), адресат (реципиент).
10. Жарнаманың түрлері. Жарнаманы классификациялаудың әртүрлі жолдары. Жарнаманың негізгі классификациясына сипаттама.
11. Жарнаманың құралдары: пресса, радио, теле, ғаламтор-ресурсы және т.б.
12. Жарнама әсерінің психологиялық механизмдері. Көрерменге «қол жеткізудің» психологиялық тәсілдері.
13. Сыртқы жарнама. Сыртқы жарнаманың түрлері.
14. Жарнама жасаудың негізгі принциптері (қағидалары).