

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность программы (профиль)	Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе
Квалификация выпускника	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Цели освоения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Социология и психология рекламы и связей с общественностью» являются: изучение предметных областей, анализ и использование инструментария, технологий социологии, психологии массовых коммуникаций и психологии рекламы для прикладного анализа функционирования рекламной коммуникации и связей с общественностью, повышение эффективности психотехник влияния на потребителей и оценке психологической эффективности рекламного воздействия.
Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина	4,5,6,7,8 семестр
Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина	Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть
Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины	УК-1; УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7
Трудоемкость дисциплины	16 зачетных единиц, 576 академических часов
Содержание дисциплины. Основные разделы (темы)	<p>4 семестр</p> <p>Тема 1. Предмет и структура психологии.</p> <p>Тема 2. История развития психологии.</p> <p>Тема 3. Психика и мозг. Сознание и бессознательное.</p> <p>Тема 4. Функциональная структура психики. Развитие психики в онтогенезе.</p> <p>Тема 5. Ощущения и восприятие. Представление и воображение.</p> <p>Тема 6. Мышление и речь. Внимание и память.</p> <p>Тема 7. Эмоции и воля. Психические состояния.</p> <p>Тема 8. Мотивация и деятельность.</p> <p>Тема 9. Психология личности. Характер и темперамент.</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1. Предмет и методы социальной психологии.</p> <p>Тема 2. Первые исторические формы социальной психологии.</p> <p>Тема 3. Основные теоретические направления в социальной психологии.</p> <p>Тема 4. Понятие личности в социальной психологии.</p> <p>Тема 5. Самопознание и Я-концепция.</p>

Тема 6. Социальная установка.
Тема 7. Социальное познание. Познание других людей .
Тема 8. Понятие и функции общения.
Тема 9. Целенаправленное коммуникативное воздействие.
Тема 10. Взаимоотношения людей. Аттракция.
Тема 11. Взаимоотношения людей. Агрессия .
Тема 12. Понятие и структура малой группы.
Тема 13. Динамика малой группы.
Тема 14. Лидерство в малой группе . .

6 семестр

Тема 1. Представление об общественном мнении в истории философской и социологической мысли.

Основные

понятия теории общественного мнения.

Тема 2. Гносеологический и социологический подход к сущности общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения.

Тема 3. Общественное мнение как социальный институт.

Тема 4. Структура и функции общественного мнения.

Формирования общественного мнения.

Тема 5. История становления исследований общественного мнения в Советском Союзе. Современный этап изучения общественного мнения в России.

Тема 6. Методы социологического изучения общественного мнения. Разработка программы исследования.

Тема 7. Формирование выборки исследования. Разработка методики массового опроса населения.

Тема 8. Новейшие методы изучения общественного мнения.

7 семестр

Тема 1. Введение в социологию массовой коммуникации.

Тема 2. Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема.

Тема 3. Эволюция теорий массовой коммуникации.

Тема 4. Эффекты массовой коммуникации.

Тема 5. Связи с общественностью и система массовых коммуникаций.

Тема 6. Социологические исследования элементов массовой коммуникации.

8 семестр

Тема 1. Реклама как предмет психологии.

Тема 2. Вербально-суггестивная техника рекламного воздействия.

Тема 3. Метод ассоциаций в практике рекламного воздействия.

Тема 4. Психоанализ в практике рекламного воздействия.

	<p>Тема 5. Социально-психологический анализ в практике рекламного воздействия.</p> <p>Тема 6. Мотивационный анализ в практике рекламного воздействия.</p> <p>Тема 7. Психологические основы имидж-стратегии.</p> <p>Тема 8. Психотехника рекламного дизайна.</p> <p>Тема 9. Психология цвета в рекламном дизайне.</p> <p>Тема 10. Психология потребительского поведения.</p>
<p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p>	<p>Зачет (4 семестр), зчет с оценкой (5,7 семестр), экзамен (6,8 семестр)</p>