

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение психологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Психологические аспекты социального воздействия Б1.В.ДВ.11

Направление подготовки: 37.03.01 - Психология

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Кротова И.В.

Рецензент(ы):

Ахметзянова А.И.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Ахметзянова А. И.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института психологии и образования (отделения психологии):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 80119617

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Кротова И.В. кафедра дефектологии и клинической психологии Институт психологии и образования , Inna.Balymova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью данного курса является ознакомление с основными категориями понятия 'Рекламные технологии'. Освоение дисциплины подразумевает наличие у студентов теоретических знаний и практических навыков в области общей психологии (психологии познавательных процессов), социальной психологии, психологии труда и психологии управления.

Основная цель курса - сформировать у студентов системные представления о психологических закономерностях, сопровождающих рекламные явления в сфере бизнеса и предпринимательства, о психологических методах исследования и оптимизации этих явлений, о психологических особенностях деятельности специалистов в области бизнеса и рекламы.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ДВ.11 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 37.03.01 Психология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Целью данного курса является ознакомление с основными категориями понятия 'Психологические аспекты социального воздействия'. Освоение дисциплины подразумевает наличие у студентов теоретических знаний и практических навыков в области общей психологии (психологии познавательных процессов), социальной психологии, психологии социального познания.

Основная цель курса - сформировать у студентов системные представления о психологических закономерностях, сопровождающих социально-психологические явления в современном обществе, о психологических методах исследования и оптимизации данных явлений, о психологических особенностях деятельности специалистов в области воздействия.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	восприятию личности другого, эмпатии, установлению доверительного контакта и диалога, убеждению и поддержке людей
ПК-1 (профессиональные компетенции)	реализации стандартных программ, направленных на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развития, а также профессиональных рисков в различных видах деятельности
ПК-12 (профессиональные компетенции)	проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии
ПК-4 (профессиональные компетенции)	осуществлению стандартных базовых процедур оказания индивиду, группе, организации психологической помощи с использованием традиционных методов и технологий

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-6 (профессиональные компетенции)	психологической диагностике уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- предмет курса, исходя из сущности и функций психологии воздействия;
- основные принципы и совокупности методов и приемов исследования, применяемых в данной дисциплине;
- особенности и закономерности психологических явлений, сопровождающих процесс психологического воздействия.

2. должен уметь:

- выполнять и обеспечивать комплекс профессионально-важных качеств специалиста в области социально-психологического воздействия.

3. должен владеть:

- навыками распознавания психологических аспектов социального воздействия,
- способами психологического содержания методов социального воздействия.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- к ориентировке в теоретико-методологических основах социально-психологического воздействия;
- к использованию психологических средств и приемов социально-психологического воздействия на целевую аудиторию;
- применению общенаучных и специальных методов исследования в социально-психологическом воздействии,
- к научно-обоснованным способам оценивания мероприятий, связанных с социально-психологическим воздействием,
- использовать полученные знания и умения для организации научных исследований в рамках учебной практики (выполнение реферативных, курсовых и дипломных работ).

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 8 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Психологические особенности средств воздействия.	8		2	6	0	Тестирование
2.	Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.	8		4	6	0	Тестирование
3.	Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.	8		2	6	0	Тестирование
4.	Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.	8		2	6	0	Тестирование
5.	Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.	8		4	6	0	Тестирование
6.	Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.	8		4	6	0	Тестирование
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Психологические особенности средств воздействия.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Место психологии воздействия в системе научного знания. Предмет и задачи дисциплины. Общенаучные и специальные методы исследования рекламной деятельности, отвечающие поставленной задаче. Выявление закономерностей в сфере бизнеса для эффективного использования рекламных средств. Социальные сферы рекламной деятельности.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Этические принципы форм социально-психологического воздействия.

Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Развитие маркетинга как формы социального воздействия в системе экономических отношений. Значимость психологических особенностей потребителей в маркетинговой сфере. Фазы развития маркетинга: товарная ориентация, сбытовая ориентация, рыночная ориентация, маркетинговое управление.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Психологический аспект маркетинго-рекламного исследования. Психологические особенности рекламного процесса в зависимости от стадий жизненного цикла товара/услуги.

Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Основные теоретические концепции потребительского поведения. Реклама как средство психологического воздействия, как метод управления целевой аудиторией. Стереотипы восприятия рекламы. Психологические приемы формирования слогана. Виды аргументации в рекламе. Графические и цветовые факторы эффективного восприятия рекламного сообщения.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Творческие принципы рекламного бизнеса. Командная и индивидуальная работа при создании творческих идей. Теория ТРИЗ. Рекламный текст и психологические особенности воздействия на потребителя. Креативные способы составления рекламных текстов.

Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Рекламная кампания (РК). Рекламные стратегии. Целевая аудитория (ЦА) как основной объект рекламы. Основные подходы к классификации составляющих ЦА. Рекламная политика. Подготовка и проведение РК. Стратегии рационалистического и проекционного типа. Особенности рекламы российского рынка.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Типы решения по разработке рекламного продукта. Система ?ТРИЗ? (теория решения изобретательских задач) Г. Альтшуллера. Формула ?ВИМЖА? (AIDA).

Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Основные этапы становления рекламы как формы социального воздействия. Особенности развития рекламы в Западной Европе и России. Экономические факторы развития рекламной деятельности. Психологические факторы эффективности рекламы в сфере бизнеса в современной России.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Психологические особенности восприятия наружной рекламы. Печатная и прессовая реклама, аудио, ТВ-реклама. Выставки, ярмарки, презентации. Интернет-реклама. Акции Public Relations (PR) и ?Below the line actions? (BTL).

Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Исследование психологической эффективности рекламной деятельности и методы её оценки. Методы и способы исследования ЦА. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламной кампании.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Исследование психологической эффективности рекламной деятельности и методы её оценки. Методы и способы исследования ЦА. Экономическая эффективность рекламных мероприятий. Оценка эффективности рекламной кампании.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Психологические особенности средств воздействия.	8		подготовка к тестированию	4	тестирование
2.	Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.	8		подготовка к тестированию	4	тестирование
3.	Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.	8		подготовка к тестированию	4	тестирование
4.	Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.	8		подготовка к тестированию	2	тестирование
5.	Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.	8		подготовка к тестированию	2	тестирование
6.	Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.	8		подготовка к тестированию	2	тестирование
	Итого				18	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Нелинейное структурирование учебного процесса, педагогические технологии дистанционного образования, личностно ориентированные технологии профессиональной подготовки специалистов, составленные программы с учетом жизненных запросов студентов, их интересов и творческих склонностей, разработка образовательных технологий, которые реализуют принципы и закономерности функционирования открытых систем обучения.

Изучение педагогического опыта вузов позволяет выделить следующие характерные принципы разработки современных технологий обучения: личностной ориентированности, диагностичности, интенсивности, диалогичности, моделирования профессиональных ситуаций проектирования дидактических функций в единстве с коммуникативными и личностными смыслами, модульности, межпредметности, креативности.

Использование активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Психологические особенности средств воздействия.

тестирование , примерные вопросы:

1. Общенаучные методы исследования рекламной деятельности. 2. Специальные методы исследования рекламной деятельности. 3. Понятие п1. Психологические особенности восприятия наружной рекламы. 2. PR- и BTL-акции: психологический аспект. 3. Психологические особенности восприятия интернет-рекламы. 4. Сравнительный анализ психологических характеристик восприятия радио и телефонной рекламы. предпринимательской деятельности, бизнеса в современной России.

Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.

тестирование , примерные вопросы:

1. Менеджмент отношений с потребителями. 2. Формы социальной ответственности компаний перед персоналом. 3. Организационная культура и уровень этической зрелости персонала.

Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.

тестирование , примерные вопросы:

1. Творческие принципы рекламного бизнеса. 2. Командная работа при создании творческих идей. 3. Творчество в создании рекламного текста.

Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.

тестирование , примерные вопросы:

1. Менеджмент отношений с потребителями. 2. Формы социальной ответственности компаний перед персоналом. 3. Организационная культура и уровень этической зрелости персонала.

Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.

тестирование , примерные вопросы:

1. Общенаучные методы исследования форм и видов социально-психологического воздействия. 2. Специальные методы исследования форм и видов социально-психологического воздействия.

Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.

тестирование , примерные вопросы:

1. Оценка эффективности рекламной деятельности (на конкретном примере). 2. Социальные факторы эффективной рекламы. 3. Методы исследования целевой аудитории.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к зачету.

1. Предмет и задачи психологии бизнеса и рекламы.
2. Психологическое содержание предпринимательской и рекламной деятельности.
3. Общие положения гражданских обязательств и социальной ответственности предпринимателя.
4. Основные аспекты социальной ответственности бизнеса перед обществом, потребителем и персоналом.
5. Психологические особенности конструктивных деловых коммуникаций.
6. История развития рекламы (психологический аспект).
7. Экономические факторы развития рекламы в современной России.
8. Основные фазы развития маркетинга.
9. Реклама и маркетинг в сфере бизнеса.
10. Составляющие рекламного процесса: психологические характеристики.
11. Маркетинговые и деловые коммуникации
12. Виды рекламы: психологические достоинства и недостатки.
13. Психологические особенности восприятия рекламы современной российской аудиторией.
14. Теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллера.
15. Роль творчества при создании рекламного текста.

16. Теоретические концепции психологии потребительского поведения
17. Виды психологической аргументации в рекламе и стереотипы восприятия рекламы.
18. Рекламная кампания: организация и управление.
19. Психологические характеристики рекламных стратегий.
20. Психологические факторы эффективной рекламной политики.
21. Методы и способы исследования целевой аудитории.
22. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий.
23. Принципы правового регулирования рекламной деятельности.

7.1. Основная литература:

1. Антонова Н.В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. ? М. : ИНФРА-М, 2016. ? 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. ? (Высшее образование: Магистратура). ? www.dx.doi.org/10.12737/19925. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=543751>
2. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, 2013. - 272 с. - ISBN 978-5-9765-1633-5. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=466157>
3. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=472499>
4. Социальная психология. Курс лекций: Учебное пособие / В.Г. Крысько. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0382-1, 100 экз. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=460588>

7.2. Дополнительная литература:

1. Гладких, И. В. Ценовая стратегия компании: ориентация на потребителя [Электронный ресурс] : монография / И. В. Гладких; Высшая школа менеджмента СПбГУ. ? СПб.: Изд-во 'Высшая школа менеджмента', 2013. ? 472 с. - ISBN 978-5-9924-0076-2 <http://znaniium.com/bookread2.php?book=492847>
2. Драганчук, Л. С. Поведение потребителей: теория и практика [Электронный ресурс] : монография / Л. С. Драганчук. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. - 196 с. - ISBN 978-5-7638-2419-3. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=492503>
3. Поведение потребителей: Учебник/О.Н.Романенкова - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0404-0, 500 экз. <http://znaniium.com/bookread2.php?book=485432>

7.3. Интернет-ресурсы:

- Каннские львы 2011. Золотые львы. Рекламные ролики. - https://yandex.ru/video/search?filmId=J_v37mtpUXI&text=%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8
- Методы психологического воздействия. Кабаченко Т.С. - http://www.koob.ru/kabachenko/kabachenko_metodi_psihologicheskogo_vozdejstvia
- Психология влияния. Чалдини Р. - http://www.koob.ru/cialdini/influation_psihology
- Психология рекламы. Учебник. Лебедев-Любимов - http://www.koob.ru/lebedev_lubimov_a
- Семейка Джонсов. Фильм. - https://www.youtube.com/watch?v=GeleEXvs_Lw

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Психологические аспекты социального воздействия" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

мультимедийное оборудование, аудио- и видеоаппаратура

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 37.03.01 "Психология" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Кротова И.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Ахметзянова А.И. _____

"__" _____ 201__ г.