

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.

Программа дисциплины

Психологические аспекты социального воздействия БЗ.ДВ.5

Направление подготовки: 030300.62 - 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

Казань
2016

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 '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.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б3.ДВ.5 Профессиональный" основной образовательной программы 030300.62 Психология и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Б3.ДВ1

Данному курсу предшествует изучение дисциплин 'Введение в профессию', 'Общая психология', 'Психология общения'. Студенты должны обладать теоретическими знаниями и практическими навыками в области общей психологии, психологии общения. Предполагается, что студенты владеют навыками теоретического анализа, самостоятельной работы с литературой по изучаемым проблемам.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	пониманию значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии
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-4 (профессиональные компетенции)	осуществлению стандартных базовых процедур оказания индивиду, группе, организации психологической помощи с использованием традиционных методов и технологий
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

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-11 (профессиональные компетенции)	участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии
ПК-12 (профессиональные компетенции)	проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии
ПК-18 (профессиональные компетенции)	использованию дидактических приемов при реализации стандартных коррекционных, реабилитационных и обучающих программ по оптимизации психической деятельности человека
ПК-19 (профессиональные компетенции)	самообразованию на протяжении всей профессиональной жизни
ПК-9 (профессиональные компетенции)	применению знаний по психологии как науки о психологических феноменах, категориях и методах изучения и описания закономерностей функционирования и развития психики

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.
-
- к ориентировке в теоретико-методологических основах социально-психологического воздействия;
 - к использованию психологических средств и приемов социально-психологического воздействия на целевую аудиторию;
 - применению общенаучные и специальных методов исследования в социально-психологического воздействия,
 - 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 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 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	1-3	6	10	0	
2.	Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.	8	4-6	6	8	0	
3.	Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.	8	7-9	6	10	0	
4.	Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.	8	10-12	6	8	0	
5.	Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.	8	13-15	6	9	0	
6.	Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.	8	16-17	6	9	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	экзамен
	Итого			36	54	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Психологические особенности средств воздействия.

лекционное занятие (6 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 (10 часа(ов)):

Этические принципы форм социально-психологического воздействия.

Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.

лекционное занятие (6 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 (8 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 (6 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 (10 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 (6 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 (8 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 (6 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 (9 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 (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.

практическое занятие (9 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	1-3	подготовка к тесту	9	тест
2.	Тема 2. Теоретические основы форм и видов социального воздействия.	8	4-6	подготовка к тесту	9	тест
3.	Тема 3. Творчество в рекламной деятельности.	8	7-9	подготовка к тесту	9	тест
4.	Тема 4. Организация и управление рекламной кампанией.	8	10-12	подготовка к тесту	9	тест
5.	Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.	8	13-15	подготовка к тесту	9	тест
6.	Тема 6. Эффективность форм социального воздействия: экономический и психологический аспект.	8	16-17	подготовка к тесту	9	тест
	Итого				54	

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.

тест, примерные вопросы:

Вопросы для подготовки 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.

тест, примерные вопросы:

Вопросы для подготовки. 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.

тест, 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.

тест, примерные вопросы:

Вопросы для подготовки. 1. Менеджмент отношений с потребителями. 2. Формы социальной ответственности компаний перед персоналом. 3. Организационная культура и уровень этической зрелости персонала. Вопросы для подготовки. 1. Менеджмент отношений с потребителями. 2. Формы социальной ответственности компаний перед персоналом. 3. Организационная культура и уровень этической зрелости персонала. 1. Рекламные стратегии: общее и отличное. 2. Подготовка и проведение рекламной кампании (на примере конкретного товара/услуги). 3. Рекламная кампания в современных российских экономических условиях.

Тема 5. История возникновения и развития форм социального воздействия.

тест, примерные вопросы:

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

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

тест, 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. Нуркова В.В., Березанская Н.Б. Психология.- М., Высшее образование, 2005.
2. Андреева Г.М. "Психология социального познания". Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2000 - 288 с.

7.2. Дополнительная литература:

- Айзенберг М.Н. Менеджмент рекламы. -М: ТОО "ИнтелТех", 1993.
2. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. М., 2001.
3. Волков И.М Основы экономики и организации рекламной деятельности.
4. М.: Изд-во МГУ, 1991.
5. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. Пер. с англ. М.: Фаир-Пресс, 2002.
6. Катернюк А.В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама. Ростов-н/Д.: Феникс, 2003.
7. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать, завоевать и удержать рынок. Пер. с англ. Науч. ред. Б.А. Соловьев. М.: ООО "Изд-во АСТ", 2001.
8. Огилви Д. Откровение рекламного агента: Пер. с англ. М.: ООО "Сирин", 2001.
9. Полукаров В.Л. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебное пособие/ В.Л. Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. Кобулашвили. - М.: КНОРУС, 2006. - 352с.
10. Невзлин Л.Б. Паблик рилейшнз. Кому это нужно? М.: Экономика, 1993.
11. Продажа // Программа "Малый бизнес". - 1993.
12. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. Учебник. М: Гардарики, 2002.
13. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. М.: Питер, 2000.

14. Шандезон Ж., Ланстер А. Методы продажи. - М.: Прогресс, 1993.
15. Школьник Л.С. "Уроки рекламных королей". М., 1998.
16. Кучевский В.Б. "Психология общения продавца и покупателя". М., 1993.

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:

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 030300.62 "Психология" и профилю подготовки не предусмотрено.

Автор(ы):

Кротова И.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Ахметзянова А.И. _____

"__" _____ 201__ г.