

Аннотация дисциплины
ПСИХОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПОЗНАНИЯ И ВЛИЯНИЯ

Направление подготовки: 37.04.01 Психология

Профиль: Социальная психология

Форма обучения: очная, заочная

1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Психология социального познания и влияния» относится к вариативной части, является дисциплиной по выбору Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 37.04.01 Психология. Дисциплина изучается на очной форме обучения в 1 семестре; на заочной форме обучения на 2 курсе;

2. Освоение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК 1 способность осуществлять постановку проблем, целей и задач исследования, на основе анализа достижений современной психологической науки и практики, обосновывать гипотезы, разрабатывать программу и методическое обеспечение исследования (теоретического, эмпирического);

ПК-6 способность создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека с применением современного психологического инструментария;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

ЗНАТЬ: достижения современной психологической науки и практики; фундаментальное и прикладное социально-психологическое исследование специфику научного исследования в социальных науках; правила постановки проблем, целей и задач исследования, обоснования гипотез; методологические основы социально-психологического исследования; специфику и организацию социально-психологического исследования, особенности составления программы и методического обеспечения исследования (теоретического, эмпирического); понятие рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, методологические проблемы изучения психологического воздействия в маркетинге и рекламе; основы моделирование рекламной коммуникации. модели рекламного воздействия, анализ возможных способов достижения коммуникативных эффектов; социально-психологические аспекты массовой коммуникации; понятие о способах влияния средств массовой коммуникации на индивидуальное и групповое сознание; психология убеждающей коммуникации; специфику профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека с применением современного психологического инструментария; основные способы психологии воздействия, понимать бессознательное в структуре зрительного восприятия, перцептивную организацию рекламных символов и товарных знаков, неосознаваемые цветовые структуры рекламного воздействия, неосознаваемые структуры нейролингвистического рекламного программирования; психологию научения и основные методы психологического воздействия на потребителя; психологию отношения и поведение потребителей; понятие о способах влияния средств массовой коммуникации на индивидуальное и групповое сознание; психологию убеждающей коммуникации; основы влияния средств массовой коммуникации на политическую активность и межгрупповые отношения; значение влияния на массовую аудиторию информации асоциального характера; закономерности воздействия посредством гипноза; способы и средства противодействия манипуляциям;

УМЕТЬ: анализировать теории и концепции современной психологической науки и практики; выдвигать гипотезы, формулировать цели и задачи исследования; составлять программу и методическое обеспечение исследования (теоретического, эмпирического); анализировать понятие рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, выявлять методологические проблемы изучения психологического воздействия в маркетинге и рекламе; анализировать принципы моделирования рекламной коммуникации; выявлять особенности моделей рекламного воздействия, проводить анализ возможных способов достижения коммуникативных эффектов; анализировать социально-психологические аспекты массовой коммуникации; определять значения способов влияния средств массовой коммуникации на индивидуальное и групповое сознание; анализировать эффективность психологии убеждающей коммуникации; выявлять специфику

психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска; формировать и реализовывать программы и технологии, направленные на предупреждение возможных расстройств психики; создавать программы, направленные на предупреждение профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека; применять современный психологический инструментарий; анализировать механизмы воздействия на бессознательном и неосознаваемом уровне функционирования психики; анализировать эффективность воздействия основных методов на потребителя; выявлять закономерности психологии отношений и поведение потребителей; анализировать закономерности и механизмы влияния СМИ на индивидуальное и групповое сознание; выявлять приемы убеждающей коммуникации; анализировать механизмы воздействия посредством гипноза; способы и средства противодействия манипуляциям;

ВЛАДЕТЬ: навыками постановки проблем, целей и задач исследования, обоснования гипотез; демонстрирует владение навыками составления программы и методического обеспечения исследования (теоретического, эмпирического); навыками применения знаний основных принципов и функций рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, навыками применения выявленных методологических проблем изучения психологического воздействия в маркетинге и рекламе; навыками использования принципов моделирования рекламной коммуникации; навыками применения конкретных моделей рекламного воздействия в зависимости от их характерных особенностей, навыками использования способов достижения коммуникативных эффектов; навыками применения социально-психологических аспектов массовой коммуникации; навыком определять значения способов влияния средств массовой коммуникации на индивидуальное и групповое сознание; навыками использования убеждающей коммуникации; методологическими подходами, теоретическими знаниями, методами исследования и воздействия; навыками предупреждения профессиональных рисков в различных видах деятельности, отклонений в социальном и личностном статусе и развитии человека; демонстрирует навыки работы с современным психологическим инструментарием; приемами воздействия на бессознательном и неосознаваемом уровне функционирования психики; навыками использования основных методов воздействия на потребителя; навыками изучения закономерности психологии отношений и поведение потребителей; навыками применения приемов убеждающей коммуникации; навыками применения методов средства противодействия манипуляциям.

Наименования видов учебной деятельности	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	1 курс, 1 семестр	2 курс
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в том числе:	36	8
Лекции	-	2
Практические занятия	36	6
Самостоятельная работа	72	96
Контроль (форма промежуточной аттестации) зачет	-	4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108