

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: Гайдамашко Игорь Вячеславович
 Должность: И.о. ректора
 Дата подписания: 28.09.2022 17:37:35
 Уникальный программный ключ:
 c7b77973654876a9af4d3b280790bfd371557fdb

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Бакалавриат

**Профиль подготовки - Реклама и связи с общественностью в коммерческой и
 некоммерческой сферах**

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Социальная психология в рекламе и связях с общественностью»

дисциплина (модуля) части, формируемой участниками образовательных отношений
 статус дисциплины -

заочная,
 форма обучения


Составитель аннотации – Шуванов И.Б., к.псих.н., доцент.

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	6 ЗЕТ/ 216 ч
Цель изучения дисциплины	Целями освоения дисциплины «Социальная психология» являются: формирование у студента систематического представления о предмете социальной психологии в единстве ее фундаментальных и прикладных проблем, а также в области практических применений; освоение знаний основных вех истории социальной психологии за рубежом и в Рос-сии, насущных проблем сегодняшнего этапа развития мировой и отечественной социаль-ной психологии; понимание связи положений науки и социальной практики.
Содержание дисциплины	Тема 1. Место социальной психологии в системе научного знания. Тема 2. Методологические проблемы социально-психологического исследования. Тема 3. История формирования социально-психологических идей. Тема 4. Проблема личности в социальной психологии. Тема 5. Социализация. Социальная идентичность Тема 6. Социальные установки Тема 7. Психология межличностных отношений и совместной деятельности Тема 8. Общение в системе общественных и межличностных отношений. Структура общения Тема 9. Коммуникативная сторона общения - общение как обмен информацией. Тема 10. Интерактивная сторона общения – общение как обмен действиями Тема 11. Перцептивная сторона общения: общение как взаимопонимание и взаимопознание людей. Тема 12. Проблема группы в социальной психологии. Тема 13. Социально-психологические про-блемы малой группы Тема 14. Динамические процессы в малой груп-пе.

	Тема 15. Психология больших групп. Тема 16. Организован-ные группы. Тема 17. Стихийные группы и социальные движения
Формируемые компетенции (коды)	УК-3 ПКУВ-1
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	<p>УК-3.1. Демонстрирует знание индивидуально-психологических свойств субъекта социального взаимодействия; особенностей, правил и приемов социального взаимодействия в команде; особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывает их в своей деятельности; психологии социально-ролевого и командного взаимодействия; основных теорий лидерства; стилей лидерства и возможностей их применения в различных ситуациях</p> <p>УК-3.2. Организует собственное социальное взаимодействие в команде; определяет свою роль в команде; принимает рациональные решения и обосновывает их; планирует последовательность шагов для достижения заданного результата. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей, готов проявлять толерантность и ассертивность в межличностном взаимодействии</p> <p>УК-3.3. Осуществляет межличностное взаимодействие, планирование собственных действий и координацию общих действий для достижения общих поставленных целей; применяет технологии создания и управления командой</p> <p>ПКУВ-1.1. Создает эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивает внутренние и внешние коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации.</p> <p>ПКУВ-1.2. Использует теории, инструменты и приемы маркетинга в различных видах профессиональной деятельности, в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПКУВ-1.3. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной дисциплины	Психология, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы маркетинга в рекламе и связях с общественностью, Введение в специальность рекламы и связи с общественностью.
Образовательные технологии	лекция, практическое занятие, самостоятельная работа студентов; организация и проведение консультаций;

	- проведение экзамена.
Формы текущего контроля успеваемости	Выполнение семинарских заданий, дискуссия, коллоквиум,;
Форма промежуточной аттестации	экзамен.

Зав.кафедрой ОПиСК



Шуванов И.Б.