

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Курс предоставляет возможность сформировать систематизированные представления о закономерностях взаимопознания и взаимопонимания людей, взаимодействия, поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также о психологических характеристиках различных групп. В числе тем данной дисциплины: закономерности психологического воздействия рекламы на аудиторию, психологические приемы повышения эффективности рекламы, манипулятивное воздействие рекламы на сознание потребителя, психологические основы имиджмейкинга (личности и организации).

На семинарских занятиях обсуждаются результаты современных исследований массового сознания и настроения, психологические аспекты формирования общественного мнения, социальных представлений, установок, стереотипов, мифов, рассматривается роль идеалов и ценностей как факторов социального поведения личностей и групп. Тематика семинарских занятий охватывает также психологические аспекты профессионального общения специалиста по связям с общественностью: психологические основы эффективного публичного выступления, влияния, убеждения, управления дискуссией.

В результате обучения обучающийся должен:

- знать основные психологические закономерности общения, межличностного и межгруппового взаимодействия, социального восприятия;
- иметь систематизированные представления о психологической стороне массовых коммуникаций, воздействия рекламы на аудиторию, формирования общественного мнения;
- уметь учитывать психологические закономерности коммуникаций в процессе разработки рекламного обращения, брендинга, имиджмейкинга.

Форма промежуточной аттестации – зачет.