

# «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

## Б1.В.ОД.4

Дисциплина «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа подготовки «Стратегии эффективных коммуникаций» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### **1. Цели и задачи дисциплины**

**Цель** изучения учебной дисциплины «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью» состоит в формировании у обучающихся комплексного представления о профессиональной исследовательской деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью и развитии у них компетенций, необходимых для самостоятельной разработки, проведения и оценки результатов психологического исследования в профессиональной сфере.

### **Основными обобщёнными задачами дисциплины являются:**

- ознакомление обучающихся с классическими и современными психологическими подходами к исследованию коммуникационной деятельности;
- обоснование ключевой роли методологии в проведении научных и прикладных исследований;
- объяснение значения парадигмального подхода в психологических исследованиях профессиональной деятельности;
- вооружение обучающихся конкретными количественными и качественными методами, приёмами и техниками проведения психологического исследования и анализа эффективности его результатов;
- привлечение внимания обучающихся к важности фактора культуры в современных научных исследованиях и ознакомление их с методами сравнительного анализа деловых культур.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры**

Дисциплина «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательным дисциплинам по выбору блока 1 «Дисциплины (модули)» ОП по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Учебная дисциплина «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью» изучается во втором семестре (очная форма обучения) и первом семестре (очно-заочная форма обучения) после изучения таких дисциплин, как «Методология научных исследований», «Современные концепции коммуникации», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Тенденции развития рекламы и связей с общественностью», «Современные методы социологических исследований».

Освоение материалов учебной дисциплины «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью» является важным этапом для последующего изучения дисциплин «Научные концепции брендинга», «Управление рекламным агентством», «Разработка медиапланов».

### **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Психологические исследования в рекламе и связях с общественностью», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

– **ОК-3** - готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

– **ПК-17** - способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований;

– **ПК-25** - способность интегрировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции.

#### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

##### **Знать:**

– основы деловой и профессиональной этики, социокультурную специфику респондентов и понимать их роль в процессе организации и проведения психологических исследований;

– методологические основы и общие теоретические положения подготовки и проведения психологических исследований в сфере рекламы и связей с общественностью;

– специфику интерпретации и презентации результатов психологического исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

##### **Уметь:**

– подбирать адекватные исследовательские методы и методики с целью реализации поставленных задач профессиональной деятельности;

– разрабатывать концептуальные подходы к организации и проведению количественных и качественных исследований в рекламе и связях с общественностью;

– разрабатывать профессиональные практические рекомендации для руководителей и специалистов сферы рекламы и связей с общественностью на основе результатов проведенного исследования.

##### **Владеть:**

- навыками эффективной коммуникации в ситуациях различной степени сложности и неопределённости, с участием представителей разнообразных национальных и социальных групп;
- методами проведения психологических исследований и способами адаптации психодиагностических методик к условиям реальной практики исследовательской деятельности;
- навыками психологического сопровождения и внедрения результатов научного исследования в практику.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.