

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 01.07.2025 11:44:26
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Социальная психология и психология управления»**

Код, направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	очная
Кафедра-разработчик	Психологии
Выпускающая кафедра	психологии

Задания для контрольной работы:

1. Используя художественную литературу, подберите пример, иллюстрирующий влияние СМИ на социализацию личности. Проанализируйте данный процесс социализации и раскройте механизмы воздействия на личность.
2. Понятие общения. Специфика социально-психологического подхода к общению. Структура общения. Проблема содержания, форм и механизмов общения. Реклама как коммуникация.
3. Человек как субъект рекламных коммуникаций.
4. Психологическая характеристика деятельности руководителя. Характеристика качеств личности, обеспечивающих эффективность руководства.
5. Феномен лидерства. Компоненты лидерства: деловой, эмоциональный и информационный. Виды лидера.
6. Проведите сравнительный анализ феноменов лидерства и руководства.
7. Структура социальной установки. Эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты социальных установок. Аттитюд. Функции аттитюдов. Структура аттитюда.
8. Убеждение как средство воздействия на личность, его особенности в управленческой деятельности.
9. Роль внушения в массовой коммуникации. Прямое и косвенное внушение. Факторы эффективного внушения. Условия эффективной убеждающей коммуникации.

Вопросы к экзамену

1. Предмет, задачи социальной психологии и психологии управления.
2. Этапы развития социальной психологии и психологии управления за рубежом и в России.
3. Личность и особенности ее структуры.
4. Понятие и структура социализации личности.
5. Факторы и стадии социализации личности.
6. Механизмы социализации. Институты социализации. Асоциализация, десоциализация, ресоциализация личности.
7. Понятие социальной виктимологии. Факторы виктимизации личности.
8. Понятие общения. Специфика социально-психологического подхода к общению. Уровни общения. Классификация функций и видов общения.
9. Общение как информационный процесс. Особенности коммуникативного процесса. Барьеры коммуникации. Реклама как коммуникация.

10. Интерактивная сторона общения. Основные стратегии взаимодействия.
11. Перцептивная сторона общения. Роль социальной перцепции в процессе взаимопонимания. Механизмы взаимопонимания: идентификация, эмпатия, рефлексия и их характеристика. Феномен каузальной атрибуции. Человек как субъект рекламных коммуникаций.
12. Социальная стратификация общества. Образ, качество и стиль жизни.
13. Особенности и структура межличностных отношений.
14. Понятие и признаки малой группы. Социально-психологическая структура малой группы.
15. Проблема нормативного поведения в малой группе.
16. Понятие групповой динамики. Механизмы развития малых групп.
17. Групповые процессы и состояния.
18. Групповые эффекты в малой группе.
19. Феномен лидерства. Компоненты лидерства: деловой, эмоциональный и информационный. Виды лидера.
20. Теории лидерства: концепция интеллигентности, концепция физических качеств (Гизели), теория черт личности (Е. Богардус), концепция "лидерства как функции ситуации" (Р. Крачфилд, Д. Креч, Г. Хоманс), теория лидерства как функции ситуации (Р. Бейлс, Т. Ньюком, А. Харе). Основные качества лидера.
21. Понятие руководства. Функции руководителя. Понятие авторитета. Комплекс угрожаемого авторитета.
22. Психологическая характеристика деятельности руководителя. Характеристика качеств личности, обеспечивающих эффективность руководства.
23. Отличительные признаки руководителя (Б.Д. Парыгин). Стили лидерства и руководства.
24. Структура управления. Уровни управления.
25. Психология найма и адаптации персонала.
26. Собеседование при приеме на работу
27. Понятие и сущность управленческих решений.
28. Психологические особенности процесса принятия решения.
29. Понятие, особенности и классификация больших социальных групп.
30. Психология больших социальных групп.
31. Характеристика социальных классов и массовых движений.
32. Социально-психологическая характеристика толпы. Виды толп. Слухи, паника.
33. Массовая коммуникация. Основные особенности массовой коммуникации.
34. Социальная направленность массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в обществе.
35. Убеждение как способ воздействия на личность.
36. Роль внушения как способ воздействия на личность в управленческой деятельности и в массовой коммуникации. Прямое и косвенное внушение. Факторы эффективного внушения. Условия эффективной убеждающей коммуникации.
37. Подражание в массовой коммуникации. Подражание как фундаментальный принцип развития и существования общества. Законы подражания. Подражание и индивидуальные особенности человека.
38. Заражение в массовой коммуникации. Условия распространения заражения. Циркулярная реакция и эмоциональное кружение как механизмы заражения.
39. Взаимодействие убеждения, внушения, подражания и заражения. Конформизм.
40. Влияние социальной ситуации на потребление аудиторией сообщений массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.