

АННОТАЦИЯ

Аттитюды к рекламе медицинских препаратов: аннотация к дипломной работе / Кристина Дмитриевна Рутковская; Факультет философии и социальных наук, Кафедра психологии; науч. рук. Г.А. Фофанова.

Объект исследования – аттитюды к рекламе.

Предмет исследования – аттитюды врачей к рекламе медицинских препаратов

Цель исследования – охарактеризовать аттитюды врачей к рекламе медицинских препаратов.

Основные результаты. В работе охарактеризованы современные представления о рекламе медицинских препаратов врачами городской больницы, детской и взрослой поликлиник с различными профессиональными направленностями, уровнями эмпатии, стажем профессиональной деятельности исследования аттитюдов к рекламе медицинских препаратов, описаны результаты эмпирического исследования, которое позволило определить структуру и содержание аттитюдов к рекламе медицинских. В тексте представлены также результаты о различиях в аттитюдах врачей с профессиональной направленностью, уровнем эмпатии, с высоким и низким стажем профессиональной деятельности с присвоенными квалификациями, а также различия в аттитюдах врачей городской больницы, детской, взрослой поликлиник.

Ключевые слова: АТТИТЮД, РЕКЛАМА, ВРАЧЕБНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ, УРОВЕНЬ ЭМПАТИИ, СТАЖ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Attitudes toward advertising medications: summary to the thesis work / Christine Rutkovskaya; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Psychology; scientific. hands. GA Fofanova.

The object of study - attitudes to advertising.

Subject of research - doctors attitudes to advertising of medicines

The purpose of research - to characterize the attitudes of doctors to advertising of medicines.

Main results. The paper described the modern idea of the advertising of medicines by doctors urban hospitals, children's and adult clinics with different professional direction, levels of empathy, experience of professional activity study of attitudes toward advertising of medicines, the results of empirical studies are described, which allowed to determine the structure and content of attitudes toward advertising health . The text also presents the results of the differences in the attitudes of doctors with professional orientation, level of empathy, high and low professional work experience with qualifications, as well as differences in the attitudes of doctors of the city hospital and child, adult clinics.

Keywords:ATTITUDES, TRADE, MEDICAL PRACTICE,
PROFESSIONAL ORIENTATION, LEVEL OF EMPATHY, THE
EXPERIENCE OF PROFESSIONAL ACTIVITY.