АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.03
«Психология массовых коммуникаций»

Объем трудоемкости ЗФО: *5 зачетные единицы (180 часов, из них – 20,5 контактных часа, 8 часов лекционного типа, 12 часа практического типа, 147 ч. - СРС, 12,5 ч. - контроль, 0,5 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - сформировать у студентов понимание специфики и психологических особенностей функционирования системы массовой коммуникации.

Задачи дисциплины.

- изучить основные понятия психологии массовой коммуникации;
- раскрыть особенности информационно-психологического воздействия на массовую аудиторию в соответствии с основными видами и задачами массовой коммуникации,
- рассмотреть возможные культурно-исторические последствия различных влияний на массовое сознание;
- определить место и значение духовно-нравственных ценностей в системе массовой коммуникации;
- сформировать умение выявлять на практике технологии манипулирования массовым сознанием, находить способы противодействия им.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации. «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Психологии», «Теории массовой коммуникации»

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

Код компетенции	**Формулировка компетенции из ФГОС**	**Профильное наполнение компетенции**		
		Знать	**Уметь**	**Владеть**
ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Основные теоретические подходы и методы исследования МК, специфику и механизмы воздействия СМК на личность и	Выявлять технологии манипулирования массовым сознанием	Культурой мышления, коммуникациионной и информационной культурой

		общество		
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* способы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*уметь* организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*владеть* навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия	*знать* основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	*уметь* анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	*владеть* навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (сессия 1, 2)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
5 семестре (сессия 1)						
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.		2	2		14
2.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.		2	2		22

3.	Механизмы и методы воздействия в СМИ. *Итоговое занятие*			2		22
			4	6		58
5 семестре (сессия 2)						
1	Создание образа мира с помощью СМК	23	2	2		32
2	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	23		2		25
3	Влияние СМК на массовые и политические процессы	25	2	2		32
	Всего:		4	6		89

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280

Автор РПД: ст. преподаватель Николаева Ю.Е.