

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.01.01
«Методы манипуляции массовым сознанием в СМИ»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,2 контактных часов: лекционных 6 ч., практических 6 ч.; 56 часов самостоятельной работы; 3,8 часов контроль; 0,2 часа ИКР)

Цель освоения дисциплины - способствовать сознательному усвоению теоретических основ манипуляции в СМИ. Ознакомление с природой, феноменами и механизмами психологии массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

- сформировать целостное представление о психологии массовой коммуникации;
- раскрыть основные понятия манипуляции в СМИ;
- раскрыть основные проблемы манипулятивных процессов в СМИ;
- рассмотреть психологические эффекты манипуляции в СМИ;
- познакомиться с современными технологиями управления общественным мнением.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Методы манипуляции массовым сознанием в СМИ» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Данная дисциплина способствует освоению специфики профессии, формированию у студентов понятия об оборудовании, системных закономерностях и технологиях манипуляции массовым сознанием в СМИ.

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

Процесс изучения дисциплины «Методы манипуляции массовым сознанием в СМИ» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- готовность осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики российской и зарубежных национальных моделей СМИ(**ОПК-4**);

профессиональных компетенций (ПК):

- готовность аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями (**ПК-6**).

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

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	<i>ОПК4</i>	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, базируясь на знании современных медиасистем, их структуры, знания специфики	<i>знать</i> основные понятия медиалогии,	<i>уметь</i> анализировать состояние медиарынка и соответствующей целевой аудитории	<i>владеть</i> навыками размещения и анализа информации в медиасистемах

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		русской и зарубежных национальных моделей СМИ			
2.	ПК6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиа контента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать аналитическое обоснование для медиа проектирования и медиа моделирования , способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиа метрическими показателями	<i>знать</i> - основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие характеристики коммуникативн ого процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка BTL - коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирова ния отечественных рынков рекламы;	<i>уметь</i> вычленять из комплексного коммуникативно го процесса отдельные коммуникативн ые акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации; - собирать и систематизирова ть научно- практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественность ю. - использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	<i>владеть</i> навыками практическог о осуществлени я всех стадий коммуникати вного процесса, передачи и принятия информации в процессе осуществлени я различных коммуникаци й, поддержания её процесса;

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие массовой коммуникации. Коммуникационные процессы и ПР.	19	2	2	-	15
2.	Теория и практика психологических исследований в области массовой коммуникации	19	2	2	-	15
3.	Личность в системе коммуникации. Психические процессы и состояния личности в массовой коммуникации.	17	1	1	-	15
4.	Особенности восприятия информации. Коммуникативные барьеры. <i>Итоговое занятие</i>	16,8	1	1	-	11
	<i>Итого по дисциплине:</i>		6	6	-	56

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар: учебное пособие / Ю.В. Кондакова; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург: Архитектон, 2016. - 95 с. - ISBN 978-5-7408-0186-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=45545>

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.