

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины  
«Б1.О.09.03 Психология массовых коммуникаций» ОФО**

**Направление**  
подготовки/специальность **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

**Объем трудоемкости:** 4 зачетные единицы

**Цель освоения дисциплины.**

Основная цель освоения дисциплины 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 Б1.О.09.03 «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», «Практикум по русскому языку и деловой коммуникации»

**Требования к уровню освоения дисциплины**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-3 (способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде), ОПК-4 (способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности).

**Основные разделы дисциплины:** Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения; Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.; Механизмы и методы воздействия в СМИ; Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ; Создание образа мира с помощью СМК; Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК; Влияние СМК на массовые и политические процессы.

**Курсовые работы:** не предусмотрены

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** экзамен

Автор РПД – старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью Николаева Ю.Е.