

АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»,
изучаемой в рамках ООП подготовки бакалавров направления
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Целью освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование знаний о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации, создания, восприятия и воздействия массовой информации и рекламы; формирование навыков обобщения, анализа, восприятию информации.

Задачами дисциплины являются:

- формирование у обучающихся систематизированных психологических знаний о сфере массовой коммуникации;
- активизация стремления к самостоятельной работе по совершенствованию навыков управления массовой информацией;
- формирование навыков эффективного профессионального поведения в решении задач межличностного, социально-массового воздействия;
- формирование навыков исследования психологических феноменов массовых коммуникаций.

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является дисциплиной базовой части (Б1.1.13) направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Изучение дисциплины «Психология массовых коммуникаций» опирается на знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин как «Введение в специальность», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)», «Основы теории коммуникаций», «Психология», «Теория и практика массовой информации», готовит студента к освоению дисциплин «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Медиапланирование», «Коммуникационный менеджмент», «Управление брендом».

Целью изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование профессиональных компетенций: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью (СПК-5).

Содержание учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций» включает тематические разделы «Массовая коммуникация как объект психологического исследования», «Социально-психологические теории массовой коммуникации», «Цепь массовой коммуникации», «Когнитивные психические процессы личности как база восприятия информации», «Эмоциональный компонент восприятия СМИ», «Психология мотивации аудитории», «Психология воздействия в массовой коммуникации», «Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации», «НЛП-ориентированный подход к массовой коммуникации», «Коммуникативное воздействие как манипуляция», «Психология отношения к СМИ», «Психологическая безопасность массовой коммуникации», «Психология творчества журналиста», «Эффективность массовой коммуникации», «Исследование образа коммуникатора», «Исследование коммуникативного сообщения», «Исследования аудитории».

Результаты освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов формирования профессиональных компетенций студентов.

Программой дисциплины предусмотрено лекционных занятий – 34 часа, практических занятий – 34 часа, самостоятельной работы – 40 часов.

Форма промежуточной аттестации по завершении обучения – экзамен.

Продолжительность изучения дисциплины – один семестр.