АННОТАЦИЯ

Дисциплины

«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Направление подготовки – 37.07.01 «Психология»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» (Б1.В.ДВ.5.1) относится к вариативной части и является дисциплиной по выбору.

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является ознакомление студентов с основными принципами и направлениями научно-практической деятельности в области психологии массовых коммуникаций и формирование компетенций в сфере медиапсихологии.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:

- овладение учащимися основным понятийным аппаратом коммуникативной теории, PR и медиапсихологии;

- изучение основных теорий массовой коммуникации и PR;

- изучение научно-практических подходов в психологических исследованиях массовой коммуникации и PR.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенции: ОК-6, ПК-1, ПК-3, ПК-9.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

* основные теоретические представления и характеристики современного информационного общества, а также места и роли в нем массовой коммуникации (МК);
* предметное поле медиапсихологии;
* основные теории влияния МК на индивидуальное и общественное сознание основные и психологические модели воздействия медиа;
* особенности и закономерности функционирования когнитивных, эмоциональных, потребностно-мотивационных и социально-психологических механизмов воздействия медиа;
* психологические особенности различных медиаканалов;
* основные методы и психотехнологии создания имиджа и паблик рилейшнз (PR) с помощью средств МК;
* психологические характеристики субъектов медиа и особенности творческого процесса создания медиапродуктов.

**Уметь:**

* выявлять, описывать и объяснять особенности деятельности средств массовой коммуникации;
* проводить психологическую оценку медиапродуктов с точки зрения их коммуникативной эффективности;
* выявлять конкретные способы психологического воздействия МК на индивидуальное и массовое сознание.

**Владеть:**

* информацией о современном состоянии и актуальных проблемах психологии МК;
* информацией о зарубежном и отечественном опыте в области организации PR кампаний;
* методами психологической оценки и экспертизы PR кампаний и имиджирования.

4. Содержание и структура дисциплины

1. Понятие информационного общества. Основные теории информационного общества.

2.СМК как социальный институт общества и феномен, относящийся к сфере психического. Базовые теоретические модели массовой коммуникации.

3. Основные понятия психологии МК.

4. Модели убеждения в процессе массовой коммуникации.

5. Психологические характеристики аудитории МК и формы предоставления информации.

6. Методы психологического исследования МК.

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

*Очная форма обучения:*

Объем дисциплины – 3 зачетных единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 16 час.

практические занятия – 32 час.

самостоятельная работа – 51 час.

Форма контроля знаний – зачет.

*Заочная форма обучения:*

Объем дисциплины – 3 зачетных единицы (108 час.), в том числе:

лекции – 4 час.

практические занятия – 6 час

самостоятельная работа – 94 час.

контроль – 4 час.

Форма контроля знаний – зачет.