

АННОТАЦИЯ
Дисциплины
Б1.В.ДВ.2.3 «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Направление подготовки – 37.03.01 «Психология»

Квалификация (степень) выпускника – *бакалавр*

Профиль – Психология

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» (Б1.В.ДВ.2.3) относится к дисциплине по выбору, формируемой участниками образовательных отношений, блока 1 «Дисциплины (модули)».

2. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является изучение основных понятий, а также получение базовых умений в области психологии массовой коммуникации (МК) в контексте отечественной и зарубежной общей и социальной психологии, а также овладение знаниями об особенностях и закономерностях функционирования индивидуальных и социально-психологических механизмов воздействия массовой коммуникации; умениями в области психологической оценки и экспертизы массово-коммуникативных явлений и разработки медиа-материалов с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение основных теоретических представлений и характеристик современного информационного общества, места и роли в нем массовой коммуникации, а также предметное поле медиа-психологии;
- изучение основных теорий влияния массовой коммуникации на индивидуальное и общественное сознание, а также психологических моделей воздействия медиа;
- изучение особенностей и закономерностей функционирования когнитивных, эмоциональных, потребностно-мотивационных и социально-психологических механизмов воздействия медиа;
- освоение материалов практической направленности данной дисциплины, включая умение выявлять, описывать и объяснять особенности деятельности средств массовой коммуникации (СМК), а также конкретные способы психологического воздействия на индивидуальное и общественное сознание;
- овладение основными методами и психотехнологиями проектирования и разработки проектов создания имиджа и паблик рилейнз (PR) с помощью средств медиа в том числе с участием специалистов на межведомственной основе;
- освоение навыков психологической оценки медиа-продуктов с точки зрения их коммуникативной эффективности, в том числе с участием специалистов на межведомственной основе;
- освоение навыков психологической оценки и экспертизы PR кампаний и имиджирования рекламных обращений с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| ПК-3 Организация | ПК-3.1.1 Знает основы отечественной и |

| Компетенция | Индикатор компетенции |
|--|---|
| психологического сопровождения и психологической помощи социально уязвимым слоям населения (клиентам) | зарубежной общей и социальной психологии (современные направления, актуальные проблемы), основы прогнозирования и проектирования в социальной психологии, принципы, методы, методики и технологии мониторинга социальных явлений, психологии малых групп, психологии масс, методологию индивидуальных консультаций и тренингов (специфика, виды, длительность и т. д.) |
| ПК-2 Оказание психологической помощи социальным группам и отдельным лицам (клиентам), попавшим в трудную жизненную ситуацию | ПК-2.2.1 Умеет взаимодействовать с разными лицами и группами, органами и организациями социальной сферы, создавать социально-психологическую сеть, разрабатывать программы групповой работы, организовывать и оказывать психологическую поддержку и сопровождение клиентов, нуждающихся в психологической помощи для выхода из трудных жизненных ситуаций, в том числе с участием специалистов на межведомственной основе |
| | ПК-2.2.2 Умеет оказывать психологическое воздействие на социальное окружение клиентов в рамках профессиональных этических норм |

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 массовой коммуникации.
4. Модели убеждения в процессе массовой коммуникации.
5. Психологические характеристики аудитории массовой коммуникации и формы предоставления информации.
6. Методы психологического исследования массовой коммуникации.

Объем дисциплины и виды учебной работы

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

лекции – 32 час.,

практические занятия – 48 час.,

самостоятельная работа – 24 час.,

контроль – 4 часа.

Форма контроля знаний - Зачет