

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Психология массовых коммуникаций» – формирование знаний о специфике массовых коммуникаций, способах их изучения в психологическом контексте, а также влиянии массовых коммуникаций на человека.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить с основными закономерностями массовых коммуникаций;
- выявить особенности влияния средств массовых коммуникаций на поведение, мышление, эмоции человека;
- рассмотреть многообразие информирования и убеждения в средствах массовых коммуникаций;
- изучить роль и место массовых коммуникаций в современных условиях жизни человека;
- познакомить обучающихся с основными методами изучения массовых коммуникаций;
- рассмотреть способы практического применения знаний в области массовых коммуникаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК 4.1 Соотносит данные социологических исследований с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп ИОПК 4.2 Отвечает на запросы и потребности общества и аудитории при решении профессиональных задач	Знать: понятие, содержание и особенности психологии массовых коммуникаций; основные методы исследований массовых коммуникаций. Уметь: анализировать ситуации с учетом специфики психологии массовых коммуникаций, в том числе при работе с запросами и потребностями общества. Владеть: навыками применения эффективных методов работы с массовыми коммуникациями при решении профессиональных задач.

Содержание дисциплины

Наименование тем (разделов)
Тема 1. Психология массовых коммуникаций как прикладная область социальной психологии

Тема 2. Особенности массовых коммуникаций как вида общения
Тема 3. Воздействие в массовых коммуникациях
Тема 4. Исследования в психологии массовых коммуникаций
Тема 5. Массовые коммуникации и личность
Тема 6. Массовые коммуникации и общество
Тема 7. Психологическая зависимость от массовых коммуникаций

Форма контроля – экзамен.