

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

#### Цель и задачи дисциплины (модуля)

**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 (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

<b>Код и наименование компетенции выпускника</b>	<b>Код и наименование индикаторов достижения компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<b>ОПК-4</b> 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	<b>Знать:</b> понятие, содержание и особенности психологии массовых коммуникаций; основные методы исследований массовых коммуникаций. <b>Уметь:</b> анализировать ситуации с учетом специфики психологии массовых коммуникаций, в том числе при работе с запросами и потребностями общества. <b>Владеть:</b> навыками применения эффективных методов работы с массовыми коммуникациями при решении профессиональных задач.

#### Содержание дисциплины (модуля)

<b>Наименование тем (разделов)</b>
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.**