

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое
частное образовательное учреждение высшего образования
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»
(г. Краснодар)**

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

Рассмотрено и одобрено на заседании
кафедры Технологий сервиса и деловых
коммуникаций Академии ИМСИТ,
протокол №8 от 19 марта 2018 года,
зав. кафедрой, доцент


_____ Н.И. Севрюгина

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
ДЛЯ
ДОКУМЕНТОВ
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор


_____ Н.Н. Павелко

Б1.Б.13 «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация
Бакалавр

Краснодар
2018

<p>Цель и задачи изучения дисциплины:</p>	<p>Цели дисциплины: ознакомление с базовыми теоретическими и практическими сведениями по психологии массовой коммуникации.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовой коммуникации; • рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов, аудитории в ходе массовой коммуникации; • изучение методов и методик изучения психологических особенностей аудитории в ходе массовой коммуникации; • овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов; • овладение умением анализировать психологические особенности коммуникатора и имидж коммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов; • овладение умением осуществлять психологический и логический анализ сообщений СМК; • овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью; • изучение психологических закономерностей творческих процессов, овладение приемами активизации творческих способностей в журналистской деятельности.
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<p>1. Введение в психологию массовой коммуникации</p> <p>1. Эффективность массовой коммуникации</p> <p>2. Методика психологического исследования массовой коммуникации</p>
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</p>	<p>способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6)</p> <p>умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4)</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные психологические концепции функционирования информации; - методы психологического изучения различных целевых аудиторий; - принципы организации прямых контактов с целевыми аудиториями и установление обратной связи с ними; - современные методики обработки статистически значимых массивов данных; - методики ведения баз данных; - формы и методы работы со средствами массовой информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять количественные и качественные методы

	<p>сбора информации изучения общественного мнения;</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить мониторинг состояния рынка; - осуществлять коммуникацию с <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -навыками проведения психологических исследований; - навыками взаимодействия с различными целевыми аудиториями; - основами управления общественным мнением; - способами оценки эффективности медиарынка; - навыками разработки аналитических продуктов.
Формы проведения занятий, образовательные технологии:	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.</p> <p>Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
Формы промежуточного контроля:	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
Общая трудоемкость изучения дисциплины:	108ч./3 з.е.
Форма итогового контроля знаний:	Экзамен