

«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Б1.Б.22

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», квалификации бакалавр, входит в базовую часть дисциплин блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» состоит в освоении обучающимися психологических основ коммуникационной деятельности.

Задачами изучения дисциплины являются:

- выработка у обучающихся целостного представления о природе и содержании массовой коммуникации;
- формирование понимания психологических аспектов развития массово-коммуникационных процессов;
- выработка представления о мотивации потребителей, потребителемском поведении

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью квалификации бакалавр; входит в базовую часть блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Содержание дисциплины соответствует требованиям ФГОС и предназначено для знакомства будущих специалистов в области коммуникационной деятельности с основами психологии массовой коммуникации.

Массовая коммуникация как разновидность массового человеческого общения изучается многими дисциплинами, однако психологический аспект проблемы имеет свою специфику, связанную с основными психологическими особенностями установок, стереотипов людей. Необходим комплексный подход к изучению массовой коммуникации: сочетание элементов социально-психологического, социологического и общепсихологического исследования, а также комплекса компонентов и процессов массовой коммуникации.

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является одной из основополагающих дисциплин, формирующих навыки понимания психологических аспектов развития массовых коммуникационных процессов. Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных обучающимися при изучении таких дисциплин, как «Культурология», «Психология», «Основы рекламы», «Основы теории коммуникации», «Коммуникационный менеджмент».

Знания, полученные студентами при изучении данной дисциплины, необходимы для усвоения материала по таким предметам, как «Корпоративные коммуникации» и «GR – взаимодействие бизнеса и власти».

Указанные связи дисциплины дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с Государственным образовательным стандартом, что обеспечивает соответствующий теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология массовых коммуникаций», соответствующих с планируемыми результатами освоения образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы по данному направлению подготовки:

ОК-6 - Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этические, конфессиональные и культурные различия

ОПК-4 - Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

– основы психологии массово-коммуникационной деятельности.

Уметь:

– разрабатывать и реализовывать программы лояльности для сотрудников компании, потребителей;

– способствовать созданию толерантных отношений, атмосферы понимания и сотрудничества персонала компании.

Владеть:

– коммуникационным инструментарием эффективного взаимодействия с различными группами потребителей.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа.