

**Аннотация к рабочей программе  
дисциплины Психология массовой коммуникации**

**Направление подготовки:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль):** Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

**Квалификация выпускника:** бакалавр

**Цель освоения дисциплины:** изучение закономерностей влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей.

**Объем дисциплины:** 3 з.е / 108 ч.

**Семестр:** 8 семестр

**Краткое содержание основных разделов дисциплины:**

№ п/п раздела	Основные разделы дисциплины	Краткое содержание разделов дисциплины
1	Объект, предмет, задачи психологии массовой коммуникации	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации Массовая и межличностная коммуникация. Понятие "общение", "коммуникация", "речевая деятельность". Методологический аспект. Основные значения коммуникации.
2	Методы психологии массовой коммуникации.	Исторические вехи возникновения коммуникации в социуме.
3	Исторические формы социально - психологического знания	Методы исследования и анализа коммуникации. Анализ коммуникации. Понятие контент-анализа.
4	Личность как объект психологических исследований	Коммуникативный процесс: составные части Представление о коммуникации как о процессе и структуре. Коммуникативный процесс: производство информации, мультипликация, распространение, прием, использование информации. Особенности межличностной, специализированной и массовой коммуникации.
5	Коммуникативные аспекты самосознания личности	Коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал.

6	Психографические характеристики аудитории	Социальные аспекты коммуникации Субъекты коммуникации. Аудитория, ее виды, психология аудиторий. Коммуникатор, содержание, аудитория как составные части коммуникативной эпикоммуникации, влияние каждого звена на эффективность коммуникации.
7	Общение в системе межличностных и общественных отношений.	Содержание коммуникации, понятие языка коммуникации; семиотика языка: синтактика, прагматика, семантика коммуникации, синтаксис коммуникативного акта.
8	Интерес, восприятие, внимание	Человеческая речь как знаковая система вербальной коммуникации. Типы дискурсов. Моделирование дискурса: ментальная модель, фреймы, сценарии. Возможности вербального воздействия на человека. Информация как передача когнитивной, волюативной и экспрессивной структуры; влияние на содержание сферы производства информации и сферы ее потребления. Невербальные средства коммуникации.
9	Массовое поведение и общественное мнение	Монолог, диалог, полилог: основные характеристики. Диалогическая философия: М.Бахтин, М. Бубер, Дж. Мид, Э. Левинас, Г. Марсель, Ю. Хабермас, Ф. Розенцвейг
10	Психологические эффекты массовой коммуникации	Устная и письменная речь. Характеристики. Коммуникативная личность как составная часть аудитории коммуникации Аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики, Факторы и барьеры коммуникации: психологические, языковые, социальные.
11	Социальное влияние в процессе массовой коммуникации	Сущность и функции межличностной коммуникации. Особенности межличностной коммуникации в малых группах. Сущность функции и особенности массовой коммуникации. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.

12	Социальные установки в массовом сознании.	Эффективность профессиональной коммуникации Понятие эффективности коммуникации. Характеристики эффективности СМК.
13	Психологическая структура рекламной деятельности.	Определение политической коммуникации. Электоральная коммуникация. Модели политической коммуникации. Маркетинговые и немаркетинговые коммуникации.
14	Психологические принципы рекламной деятельности.	Понятие межкультурных коммуникаций Социально-психологические сценарии поведения в различных культурах. Основные принципы межкультурной коммуникации.

**Форма промежуточной аттестации: экзамен**