

**Аннотация**  
**к рабочей программе по дисциплине**  
**«Психология массовых коммуникаций»**

Направление подготовки (специальность) «Клиническая психология»  
 (37.05.01)

Уровень высшего образования - специалитет

Квалификация (степень) выпускника - клинический психолог

Факультет медицинской психологии

Форма обучения очная

Трудоемкость (зачетные единицы; часы)	2 з.е. (72 часа)
Цель дисциплины	Формирование у студентов научного представления о роли массовой коммуникации Овладение студентам психологических основ массовой коммуникации: эффективного взаимодействовать с большими аудиториями, комфортно-психологического общения, а также разнообразных тактик, ориентированных на достижение поставленной перед коммуникацией цели
Место дисциплины в структуре образовательной программы	Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в перечень дисциплин по выбору.
Обеспечивающие (предшествующие) дисциплины	Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» основывается на знаниях и представлениях студентов, полученных в результате освоения следующей дисциплины: «Общая психология», «История психологии».
Обеспечиваемые (последующие) дисциплины	На базе данной дисциплины основывается изучение последующих дисциплин профессионального цикла: «Социальная психология», «Организационная психология», «Психология социальных меньшинств и субкультур», «Межкультурные коммуникации», «Культурные и этнические традиции переживания чрезвычайных ситуаций».
Формируемые компетенции	ОК-2 ОК-6 ОПК-2 (1)

<p>Результаты освоения дисциплины</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- о сущности и специфике массовой коммуникации, исторических предпосылках ее изучения;</li> <li>- о психологических особенностях массовой коммуникации;</li> <li>- о структуре массовой коммуникации и психологических особенностях коммуникатора, коммуниканта;</li> <li>- о психологических особенностях коммуникационного процесса в средствах массовой коммуникации</li> <li>- о возможных трудностях и барьерах эффективной массовой коммуникации.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективно диагностировать реакцию аудитории на информационное сообщение;</li> <li>- преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации;</li> <li>- использовать механизмы психологического воздействия на массовую аудиторию;</li> <li>- эффективно планировать рекламное информационное сообщение.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планированием коммуникационного процесса;</li> <li>- эффективными стратегиями взаимодействия с массовой аудиторией;</li> <li>- тактиками и приемами управления общественного мнение через средства массовой коммуникации.</li> <li>- вербальными и невербальными техниками психологического воздействия на массовую аудиторию.</li> </ul>
<p>Основные разделы дисциплины</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие массовой коммуникации. Основные направления исследований массовой коммуникации</li> <li>2. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность.</li> <li>3. Средства массовой информации. Неформальные коммуникации.</li> <li>4. Психология пропаганды.</li> <li>5. Психология PR -деятельности.</li> </ol>
<p>Виды учебной работы</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента</p>

Используемые инновационные (активные и интерактивные) методы обучения	Практическое занятие в форме практикума «Ролевой игры»
Формы текущего (рубежного) контроля	Тестовый контроль, проблемные ситуации.
Форма промежуточной аттестации	Зачет