

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