


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 15:25:08  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:

Руководитель ООП:

Брызгалова Е.Н.

2023 г.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### Психология массовых коммуникаций

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Для студентов 3 курса очной формы обучения



Составитель: к.психол.н., доцент  
кафедры «Психология труда и  
клиническая психология»  
Журавлева Е.А.

Тверь, 2023

## **I. Аннотация**

### **1. Цель и задачи дисциплины**

**Цель** освоения дисциплины – изучить психологические особенности массово-коммуникативного процесса.

**Задачами** освоения дисциплины являются:

- познакомить обучающихся с основными положениями теории и практики психологии массовой коммуникации;
- развить теоретическую компетентность в понимании и объяснении психологических особенностей коммуникатора, сообщения, канала, аудитории и эффектов массовой коммуникации;
- сформировать умение учитывать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- развить специальные коммуникативные навыки через знакомство с психологическими особенностями формирования информационного сообщения для массовых аудиторий.

### **2. Место дисциплины в структуре ООП**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части дисциплин учебного плана.

Актуальность курса психологии массовых коммуникаций определяется необходимостью повышения эффективности массовых коммуникаций в современном обществе; снижения риска неблагоприятных последствий коммуникативных процессов с массовой аудиторией; овладения способами общения с массовой аудиторией, адекватными коммуникативным намерениям специалистов.

Содержание курса носит комплексный характер и связано с такими дисциплинами как «Введение в профессию», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Социальное взаимодействие в командной работе», «Копирайтинг».

Для овладения данной дисциплиной студент должен обладать следующими «входными» знаниями и умениями: знать философские представления о душе и психике; знать характерные особенности и функции массовой коммуникации в отличие от межличностной коммуникации; иметь представление о цели, процессе и эффективности рекламной деятельности; уметь инициировать творческий процесс; уметь описывать и оценивать социально-психологические особенности аудитории массовой коммуникации; владеть навыками дизайна и копирайтинга.

Освоение дисциплины «Психология массовых коммуникаций» предшествует таким дисциплинам как «Мастер-класс «Проектирование креативного продукта»», «Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Нейминг», «Дизайн, корпоративная идентичность и фирменный стиль».

### **3. Объем дисциплины:**

4 зачетных единицы, 144 академических часа, в том числе:

**контактная аудиторная работа:** лекции – 34 часа, практические занятия – 17 часов;

**самостоятельная работа:** 66 часов, в том числе контроль 27 часов.

**4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Идентифицирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

**5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения – экзамен, 5 семестр.**

**6. Язык преподавания русский.**