**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»**

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

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения**: 1-й и 2-й семестр 3 года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Психология массовых коммуникаций» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такой дисциплиной ООП как «Основы интегрированных коммуникаций», а также со всеми видами производственной практики, ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к профессиональной деятельности.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 5 зачетных единицы (180 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими и семинарскими занятиями.

**Целью** освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является формирование у студентов направления «Реклама и связи с общественностью» психологической компетентности, необходимой для профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций.

Задачи дисциплины заключаются:

- в обеспечении формирования у студентов категориально-понятийного аппарата; системного представления о сфере массовых коммуникаций как области реализации профессиональных интересов;

- в развитии профессионального мышления, опирающегося на психологическую и информационную составляющие коммуникационного процесса;

- в подготовке бакалавров к использованию психологических методов и инструментов для решения коммуникационных проблем и задач в области рекламы и связей с общественностью.

Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов, углубляющих и специализирующих умения обучающихся реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности; владеть психологическими приемами и методами решения коммуникационных задач; а также для прохождения производственной практики, выполнения выпускной квалификационной работы. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будет сформирована следующая **ключевая профессиональная компетенция:**

* ПК-14 – способность реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра. Соответствующие ФОС разработаны.

***Формы итогового контроля:***зачет, экзамен.