

Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса"

## Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности»

### Аннотация рабочей программы дисциплины

Закреплена за кафедрой **Кафедра правовых и гуманитарных дисциплин**

Квалификация	Бакалавр	
Общая трудоемкость	<b>5 ЗЕТ</b>	
Форма обучения	<b>очная</b>	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 3
аудиторные занятия	73,6	
самостоятельная работа	72	
часов на контроль	34,4	
Форма обучения	<b>очно-заочная</b>	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты с оценкой 3
аудиторные занятия	17,6	
самостоятельная работа	153,4	
часов на контроль	9	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачет с оценкой 3
аудиторные занятия	15,6	
самостоятельная работа	157	
часов на контроль	7,4	

**Распределение часов дисциплины по семестрам  
очная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	36		36	
Практические	36		36	
Контактная работа на аттестацию	1,6		1,6	
Итого ауд.	73,6		73,6	
Контактная работа	73,6		73,6	
Сам. работа	72		72	
Часы на контроль	34,4		34,4	

**Распределение часов дисциплины по семестрам  
очно-заочная форма**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Вид занятий				
Лекции	8		8	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	1,6		1,6	
Итого ауд.	17,6		17,6	
Контактная работа	17,6		17,6	
Сам. работа	153,4		153,4	
Часы на контроль	9		9	
Итого	180		180	

**Распределение часов дисциплины по курсам  
заочная форма**

Курс	2		Итого	
Вид занятий				
Лекции	6		6	
Практические	8		8	
Контактная работа на аттестацию	1,6		1,6	
Итого ауд.	15,6		15,6	
Контактная работа	15,6		15,6	
Сам. работа	157		157	
Часы на контроль	7,4		7,4	
Итого	180		180	

### 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По сути, цель дисциплины «Психология массовых коммуникаций» – раскрыть законы поведения человека, включенного в процесс массовой коммуникации.

#### Задачи дисциплины:

- Сформировать у студентов научные представления о психологии массовых коммуникаций, ее предметной области, принципах и направлениях исследования.
- Создать у студентов целостное представление о системах массовой коммуникации, их роли, видах и функциях в современном мире.
- Рассмотреть роль культуры в функционировании СМК; проанализировать функции массмедиа в современной культуре.
- Обобщить достижения современных исследований в области психологии массовых коммуникаций.
- Ознакомить студентов с основными методами и методиками исследования эффектов СМК; выработать навыки эмпирического исследования.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Основы теории коммуникации
2.1.2	Психология
2.1.3	Адаптация инвалидов и лиц с ОВЗ в образовательной среде вуза
2.1.4	Культурология
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Основы самоменеджмента
2.2.2	Теория и практика связей с общественностью
2.2.3	Социология
2.2.4	Теория и практика массовой информации
2.2.5	Управление PR-проектами
2.2.6	Управление проектами
2.2.7	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде**

**УК-3.1: Понимает типологию и факторы формирования команд, способы социального взаимодействия**

Знать: основы командообразования

Уметь: выявлять факторы формирования команд

Владеть: навыками социального взаимодействия

**УК-3.2: Действует в духе сотрудничества; принимает решения с соблюдением этических принципов их реализации; проявляет уважение к мнению и культуре других; определяет цели и работает в направлении личностного, образовательного и профессионального роста**

Знать: этические принципы социального взаимодействия

Уметь: принимать решения с соблюдением этических принципов их реализации; уважать мнение и культуру других;

Владеть: навыками определения целей и работы в направлении личностного, образовательного и профессионального роста

**УК-3.3: Распределяет роли в условиях командного взаимодействия; применяет методы оценки своих действий, планирования и управления временем**

Знать: условия командного взаимодействия

Уметь: применять методы оценки своих действий

Владеть: навыками планирования и управления временем

**ПК-4. Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы**

<b>ПК-4.1: Понимает основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций</b>
Знает: основы теории коммуникации, основные подходы и концепции современной коммуникативистики
Умеет: применять полученные знания в научно-исследовательской и других видах деятельности.
Владеет: методами исследований в области коммуникативистики.

<b>ПК-4.2: Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры</b>
Знать: структурные элементы российской системы средств массовой информации, экономических и правовых основ их деятельности;
Уметь: ориентироваться в структуре и функциях редакций средств массовой информации, особенностях работы в разных типах СМИ;
Владеть: навыками разработки коммуникативной стратегии организации.

<b>ПК-4.3: Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</b>
Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций
Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры
Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен**

<b>3.1 Знать:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• основополагающие проблемы в области психологии массовых коммуникаций;</li> <li>• психологические особенности функционирования СМК в современном обществе;</li> <li>• основные закономерности психологии восприятия, хранения и переработки информации, влияния личностных особенностей на восприятие информации, социально-психологические механизмы влияния и манипуляции.</li> </ul>
<b>3.2 Уметь разбирать:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• основополагающие проблемы в области психологии массовых коммуникаций;</li> <li>• психологические особенности функционирования СМК в современном обществе;</li> <li>• основные закономерности психологии восприятия, хранения и переработки информации, влияния личностных особенностей на восприятие информации, социально-психологические механизмы влияния и манипуляции.</li> </ul>
<b>3.3 Владеть:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• научными представлениями о психологических закономерностях взаимодействия личности со средствами массовой коммуникации;</li> <li>• навыками работы с литературой и электронными информационными ресурсами;</li> <li>• навыками проектирования и организации медиаисследования.</li> </ul>