|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **АННОТАЦИЯРАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  **УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** | | |
| **Психология массовых коммуникаций** | | |
| Уровень образования | бакалавриат | |
| Направление подготовки | [42.03.01](http://ivo.garant.ru/document/redirect/70480868/420301) | Реклама и связи с общественностью |
| Направленность (профиль) | Реклама и связи с общественностью  в коммерческой сфере | |
| Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения | 4 года | |
| Форма(-ы) обучения | Очная/заочная | |

* + - 1. Учебная дисциплина «Социология массовых коммуникаций» изучается на 4 курсе заочной формы обучения.
      2. Курсовая работа – не предусмотрена.

## Форма промежуточной аттестации: экзамен

## Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

* + - 1. Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

## Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» Целями освоения дисциплины "Социология массовых коммуникаций" являются освоение студентами основных теоретических и эмпирических направлений изучения проблем массовой коммуникации в современном обществе; расширение и углубление знаний специалиста в области связей с общественностью в сфере массовой коммуникации; овладение навыками социологических методов изучения массовой коммуникации

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения дисциплины.

## Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

| **Код и наименование компетенции** | **Код и наименование индикатора**  **достижения компетенции** |
| --- | --- |
| УК-3; Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИД-УК-3.1 Определение своей роли в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;  ИД-УК-3.2 Учет особенностей поведения и интересов других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе;  ИД-УК-3.3  Анализ возможных последствий личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и построение продуктивного взаимодействия с учетом этого; |
| ПК-2 | ИД-ПК-2.2  Применение основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта  ИД-ПК-2.3  Применение креативных подходов при разработке концепции/идеи коммуникационного продукта |

## Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| по заочной форме обучения – | 3 | **з.е.** | 108 | **час.** |