

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))

АННОТАЦИЯ К
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социально-психологические аспекты массовых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является формирование у обучающегося способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. А также, дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.

Данная дисциплина важна как в теоретическом, так и в прикладном аспектах в государственном и муниципальном управлении, поскольку знание основной терминологии, освоение творческих и технологических приемов для создания материалов позволит специалистам грамотно и продуктивно готовить и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятий бизнес структур, государственных и муниципальных органов, реализовывать свои профессиональные функции в области коммуникаций и связей с общественностью в сфере бизнеса и государственного управления.

Достижение заявленной цели предполагает решение ряда задач:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
 - раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
 - изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
 - социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).