**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

**ЧЕРЕЗ МАСС-МЕДИА**

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль - Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

**Цель дисциплины –** обучение студентов основам анализа влияния и воздействия на общественное сознание в медиа пространстве.

**Задачи изучения дисциплины:** выработка у студентов понимания и уважения этических и правовых норм, которые распространяются на использование средств коммуникативного воздействия и влияния в сфере масс-медиа.

**В результате освоения дисциплин студент должен:**

**Знать:**

* основную проблематику технологий влияния на общественное мнение;
* особенности технологий влияния на общественное мнение;
* методы манипулирования общественным мнением;
* основные теории и концепции в лингвистике, психологии, социологии, связанные с исследованием коммуникативного воздействия и влияния;
* иметь системные представления о социально-психологических инструментах коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале.
* **Уметь**:
* ориентироваться в технологиях влияния на общественное сознание;
* пользоваться источниками информации в отношении общественного мнения;
* проводить анализ общественного мнения; осуществлять диагностику ситуаций общественного мнения; оценивать эффективность деятельности технологий влияния на общественное сознание;
* использовать методы влияния на общественное сознание;
* различать манипулятивную и неманипулятивную увещевательную коммуникации;
* ответственно подходить к использованию конкретных приемов и механизмов воздействия.
* **Владеть:**
* навыками работы с технологиями влияния на общественное сознание;
* современными приемами влияния на общественное сознание;
* методами построения моделей влияния на общественное сознание мнением;
* практическими навыками использования социально-психологических инструментов в ситуациях коммуникативного воздействия.

**Содержание дисциплины:**

1. Влияние в структуре человеческого взаимодействия.

2. Основные технологии влияния.

3. Манипуляция в массовых информационных процессах.

4. Защита от влияния на общественное сознание.

5. Средства массовой информации в системе управления: сущность и содержание.

6. Особенности формирования общественного мнения посредством СМИ.

7. Особенности взаимодействия со СМИ в практике организации общественного мнения.

8. Особенности использования СМИ в различных аудиториях.

9. Использование СМИ в органах государственного управления.