**Аннотация к рабочей программе дисциплины**

**МЕДИА-МАНИПУЛЯЦИИ**

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) - Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника – бакалавр

**Цель дисциплины** является обучение студентов основам анализа манипулятивных технологий в медиа пространстве.

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

**В результате освоения дисциплин студент должен:**

*знать:*

* основную проблематику технологий манипулирования общественным мнением;
* особенности технологий манипулирования общественным мнением; методы манипулирования общественным мнением;
* основные теории и концепции в лингвистике, психологии, социологии, связанные с исследованием коммуникативного воздействия и манипулирования;
* иметь системные представления о социально-психологических инструментах коммуникативного воздействия и их воздействующем потенциале;

*уметь:*

* ориентироваться в технологиях манипулирования общественным мнением;
* пользоваться источниками информации в отношении общественного мнения;
* проводить анализ общественного мнения; осуществлять диагностику ситуаций общественного мнения; оценивать эффективность деятельности технологий манипулирования общественным мнением;
* использовать методы манипулирования общественным мнением;
* различать манипулятивную и неманипулятивную увещевательную коммуникации;
* ответственно подходить к использованию конкретных приемов и механизмов воздействия;

*владеть:*

* навыками работы с технологиями манипулирования общественным мнением;
* современными приемами манипулирования общественным мнением;
* методами построения моделей манипулирования общественным мнением.
* практические навыки 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 манипуляции.

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.