



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»**

INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Принято на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 апреля 2023 г. № 9)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 апреля 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Интернет-маркетинг»

Москва – 2023

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) «Интернет-маркетинг»

Программу составил(а): Едамова А.Ю.

Рабочая программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг» и предназначена для обучающихся очной и очно-заочной форм обучения.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	4
4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	5
5. Содержание дисциплины	6
6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	8
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к зачету с оценкой	12
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	15
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	15
11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины	16
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины «Психология массовых коммуникаций» – формирование знаний о специфике массовых коммуникаций, способах их изучения в психологическом контексте, а также влиянии массовых коммуникаций на человека.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить с основными закономерностями массовых коммуникаций;
- выявить особенности влияния средств массовых коммуникаций на поведение, мышление, эмоции человека;
- рассмотреть многообразие информирования и убеждения в средствах массовых коммуникаций;
- изучить роль и место массовых коммуникаций в современных условиях жизни человека;
- познакомить обучающихся с основными методами изучения массовых коммуникаций;
- рассмотреть способы практического применения знаний в области массовых коммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» входит в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Интернет-маркетинг».

3. Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, всего – 144 часа.

Вид учебной работы	Всего часов	
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
Контактная работа с преподавателем (всего)	56	10
В том числе:		
Занятия лекционного типа	28	6
Занятия семинарского типа (семинары)	28	4
Самостоятельная работа (всего)	61	107
Контроль	27	
Форма контроля	Экзамен	
Общая трудоёмкость дисциплины	144	

4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК 4.1 Соотносит данные социологических исследований с запросами и потребностями общества и отдельных социальных групп ИОПК 4.2 Отвечает на запросы и потребности общества и аудитории при решении профессиональных задач</p>	<p>Знать: понятие, содержание и особенности психологии массовых коммуникаций; основные методы исследований массовых коммуникаций. Уметь: анализировать ситуации с учетом специфики психологии массовых коммуникаций, в том числе при работе с запросами и потребностями общества. Владеть: навыками применения эффективных методов работы с массовыми коммуникациями при решении профессиональных задач.</p>

5. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
1.	Психология массовых коммуникаций как прикладная область социальной психологии	Предмет психологии массовых коммуникаций, задачи. Специфика определения понятий «массовая коммуникация», «массовая информация», «массмедиа», «массовое сознание». Масса как объект воздействия массовых коммуникации. Направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы психологии массовых коммуникаций. Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Парадигмы изучения массовой коммуникации: парадигма тотального влияния, парадигма эффектов масс-медиа, "двухступенчатая модель" массовой коммуникации, современные концепции массовой коммуникации.
2.	Особенности массовых коммуникаций как вида общения	Участники коммуникативного процесса. Структура массовых коммуникаций. Отличия между массовыми коммуникациями и межличностным общением. Средства коммуникации. Направленность коммуникации. Однонаправленный характер коммуникации. Особенности обратной связи в массовых коммуникациях. Особенности трех сторон общения в массовых коммуникациях. «Двухступенчатый» характер восприятия сообщения.
3.	Воздействие в массовых коммуникациях	Феномен медиавоздействия. Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиавоздействия. Сложность и многоплановость эффектов медиавоздействия. Цели воздействия, скорость, степень влияния и осознания степени медиавоздействия. Эффекты массовой коммуникации: теория «волшебной пули», теория социального научения, теория культивирования, теория социализации, теория использования и удовлетворения, теория навязывания повестки дня, конструктивистская теория, теория спирали молчания, теория заговор, конспирологии. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа. Типология эффектов. Специфика манипулятивных воздействий в СМИ. Типы медиапотребителей в соответствии с доминирующей мотивационной направленностью (М. В. Жижина). Методы психологического воздействия на массовое сознание: метод сдвига от реалистического сознания к аутистическому, метод переноса частного факта в сферу общего, метод привлечения внимания к определенным проблемам, метод «переключения», метод «страшилок», метод внушения, метод провокации. Психологические механизмы образования мнений: молва, слухи, сплетни; совокупный личный опыт индивида; совокупный коллективный опыт. Функции общественного мнения: регулятивная, оценочная, контрольная, защитная, консультативная, директивная (предписывающая), познавательная. Рациональное и эмоциональное воздействие СМИ. Правила отбора материалов в СМИ (В.П. Пугачев, А.И. Соловьев): приоритетность,

		неординарность фактов, новизна фактов, политический успех, высокий общественный статус.
4.	Исследования в психологии массовых коммуникаций	Психологические исследования массовой коммуникации: бихевиоризм, когнитивизм, гештальтпсихология и пр. Методы исследования массовых коммуникаций. Методы изучения СМИ: эксперимент, опрос, интервью и др. Методы психологии в изучении аудитории и при работе с запросами и потребностями общества.
5.	Массовые коммуникации и личность	Характеристики пользователей средств массовой коммуникации; социодемографические, психологические особенности. Когнитивные, эмоциональные, поведенческие позитивные последствия массовой коммуникации для личности. Особенности электронные сетей как способа межличностного общения. Самопрезентация и формирование идентичности. Самораскрытие в социальных сетях, восприятие партнера в социальных сетях.
6.	Массовые коммуникации и общество	Теории толпы, публики и масс. Модели массовой коммуникации. Концепции информационного общества: японский вариант (И. Масуда, Ю. Хаяши); концепция «глобальной деревни» Г. Маклюэна; концепция «электронного коттеджа» Э. Тоффлера. Место информационных процессов в современном обществе: «Грядущее постиндустриальное общество» Д. Белла, концепция «мозаичной культуры» Г. Канн; «технотронное общество» З. Бжезинского и др. Массовое сознание, социальная психика, общественное мнение, общественное настроение. Социальная фасилитация, ингибция, огруппление. Массовое поведение (толпа и паника). Мода. Реклама.
7.	Психологическая зависимость от массовых коммуникаций	Понятие психологической зависимости. Признаки, симптомы. Определение и виды зависимости от цифровых технологий. Формы зависимости от цифровых технологий. Факторы риска зависимости от цифровых технологий. Преодоление интернет-зависимости и интернет-образование при работе с запросами и потребностями общества.

6. Структура дисциплины по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Психология массовых коммуникаций как прикладная область социальной психологии	4	4	8	16
2.	Особенности массовых коммуникаций как вида общения	4	4	8	16
3.	Воздействие в массовых коммуникациях	4	4	9	17
4.	Исследования в психологии массовых коммуникаций	4	4	9	17
5.	Массовые коммуникации и личность	4	4	9	17
6.	Массовые коммуникации и общество	4	4	9	17
7.	Психологическая зависимость от массовых коммуникаций	4	4	9	17
Контроль:					27
ИТОГО:		28	28	61	144

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Семинары		
1.	Психология массовых коммуникаций как прикладная область социальной психологии	-	-	15	15
2.	Особенности массовых коммуникаций как вида общения	1	-	15	16
3.	Воздействие в массовых коммуникациях	1	1	15	17
4.	Исследования в психологии массовых коммуникаций	1	1	16	18
5.	Массовые коммуникации и личность	1	1	16	18
6.	Массовые коммуникации и общество	1	1	15	17
7.	Психологическая зависимость от массовых коммуникаций	1	-	15	16
Контроль:					27
ИТОГО:		6	4	107	144

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа является одним из основных видов учебной деятельности, составной частью учебного процесса и имеет своей целью: глубокое усвоение материала дисциплины, совершенствование и закрепление навыков самостоятельной работы с литературой, рекомендованной преподавателем, умение найти нужный материал и самостоятельно его использовать, воспитание высокой творческой активности, инициативы, привычки к постоянному совершенствованию своих знаний, к целеустремленному научному поиску.

Контроль самостоятельной работы, является важной составляющей текущего контроля успеваемости, осуществляется преподавателем во время занятий лекционного и семинарского типов и обеспечивает оценивание хода освоения изучаемой дисциплины.

Вопросы для самостоятельного изучения

1. Психология массовых коммуникаций: объект, предмет, методы.
2. Место психологии массовых коммуникаций в системе наук.
3. Принципы, подходы и методы психологии массовых коммуникаций.
4. Социально-психологические функции современных средств массовой коммуникации.
5. Реклама как манипулятивно-имиджевая коммуникация.
6. Сущность феномена слухов. Классификация слухов. Факторы возникновения слухов.
7. Психологический механизм воздействия сетевых средств на массовое сознание.
8. Роль аттракции в механизме убеждения и внушения в процессе массовой коммуникации.
9. Концепция «спираль молчания».
10. Методы манипулирования СМИ общественным сознанием.
11. Методы противостояния манипуляциям СМИ.
12. Теория прайминга.
13. Теория социального научения А. Бандуры.
14. Теория повестки дня.
15. Идеи М. Мак-Лухана о воздействии СМИ.
16. Концепция Н. Лумана о конструировании массмедиа социальной реальности.
17. Теория культивации.
18. Теория использования и удовлетворения.
20. М. Маклюэн о массмедиа.
21. М. Кастельс об информационном обществе.
22. Приемы суггестии в рекламе.
23. Механизм функционирования СМИ как инструмента массовой коммуникации.
24. Психологические последствия увлечением массовыми коммуникациями.
25. Массовая паника.
26. Влияние массмедиа на повседневность и досуг молодежи.
27. Специфика манипулятивных воздействий в массмедиа.
28. Социально-психологические функции массмедиа в формировании социального поведения молодежи.
29. Исследования эффектов массовых коммуникаций.
30. Интернет как основа формирования единой электронной коммуникационной

Примерные темы рефератов (докладов)

1. PR как коммуникативная дисциплина. Коммуникативный процесс.
2. Вербальное рекламное сообщение.
3. Каналы масс-медиа как основной инструмент связей с общественностью.
4. Толпа. Структурные особенности толпы.
5. Способы воздействия на агрессивную толпу.
6. Проблемы ценностей в системе массовых коммуникаций.
7. Мотивы аудитории как потребителя массовой информации.
8. Слухи как форма выражения массовых настроений и общественного мнения.
9. Определение и условия симпатии в онлайн общении.
10. Методы анализа текстов политических лидеров.
11. Анализ слухов.
12. Личностные характеристики лидеров.
13. Метод интриги и характеристика его психологических возможностей.
14. Метод мимикрии и уровни его проявления. Мимикрия и популизм.

15. Психологический смысл метода провокации.
16. Шантаж и его психологический смысл в массовых коммуникациях.
17. Мистификация в практике массовых коммуникаций.
18. Блэф в практике массовых коммуникаций.
19. Рейтинговый метод в практике массовых коммуникаций.
20. Криминальные методы в массовых коммуникациях
21. Злоупотребление свободой средствами массовой коммуникации.
22. Влияние информационного сообщения на исход убеждения.
23. Конформизм в массовой коммуникации.
24. Особенности социального сравнения в онлайн коммуникации.
25. Значение национального стереотипа в массовых коммуникациях.
26. Определение и виды «откровенно сексуальных» материалов.
27. Интернет-зависимость как психологическая проблема.
28. Кибербуллинг.
29. Сексизм, харассмент в массовых коммуникациях.
30. Предрассудки и их разновидности в массовых коммуникациях.
31. Массовая культура: понятие, признаки, функции.
32. Механизм («цепь») массовой коммуникации.
33. Массовая коммуникация как способ удовлетворения потребностей.
34. Избирательность в восприятии новостей.
35. Особенности личности коммуникатора и ее влияние на рецепцию информации.

Распределение самостоятельной работы

Виды, формы и объемы самостоятельной работы студентов при изучении данной дисциплины определяются ее содержанием и отражены в следующей таблице:

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Объем самостоятельной работы	
			очная форма обучения	очно-заочная форма обучения
1.	Психология массовых коммуникаций как прикладная область социальной психологии	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	8	15
2.	Особенности массовых коммуникаций как вида общения	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	8	15
3.	Воздействие в массовых коммуникациях	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	9	15
4.	Исследования в психологии массовых коммуникаций	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	9	16

5.	Массовые коммуникации и личность	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	9	16
6.	Массовые коммуникации и общество	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	9	15
7.	Психологическая зависимость от массовых коммуникаций	Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка докладов, написание рефератов	9	15
ИТОГО			61	107

8. Перечень вопросов и типовые задания для подготовки к экзамену

8.1. Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Предмет психологии массовых коммуникаций, задачи.
2. Место психологии массовых коммуникаций в системе наук.
3. Принципы, подходы и методы психологии массовых коммуникаций.
4. Социально-психологические функции современных средств массовой коммуникации.
5. Основные теории толпы, публики и масс.
6. Сущность феномена слухов. Классификация слухов. Факторы возникновения слухов.
7. Психология массовых коммуникаций в системе междисциплинарных дисциплин.
8. Категории и принципы психологии массовых коммуникаций.
9. Основные подходы к изучению средств массовой коммуникации.
10. Развлекательные компьютерные игры, обучающие компьютерные игры..
11. Особенности медиа в современном мире: функции, роль.
12. Специфика понятий «массовая коммуникация», «массовая информация», «массмедиа», «массовое сознание».
13. Функции средств массовой коммуникации.
14. Социально-психологические закономерности массовой коммуникации.
15. Масса: определение, классификация. Толпа.
16. Психология толпы. Виды толпы. Механизмы поведения толпы.
17. Изменение социальных институтов под воздействием массмедиа.
18. Общение: функции, типы и виды. Стороны общения.
19. Эффекты средств массовой информации: когнитивные, аффективные, поведенческие.
20. Понятие конформизма. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм.
21. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания.
22. Социальная фасилитация, ингибция, огруппление.
23. «Грядущее постиндустриальное общество» Д. Белла.
24. Концепция «электронного коттеджа» Э. Тоффлера.
25. «Грядущее постиндустриальное общество» Д. Белла.
26. Концепция «мозаичной культуры» Г. Канн.
27. «Технотронное общество» З. Бжезинского.
28. Самопрезентация и формирование идентичности.
29. Особенности формирования общественного мнения. Этапы, механизм.

30. Манипулятивные возможности средств массовой коммуникации.
31. Принципы отбора материалов средствами массовой коммуникации.
32. Определение, виды зависимости от цифровых технологий.
33. Способы работы с зависимостью от цифровых технологий.
34. Интернет-зависимость: психологическая и психиатрическая помощь.
35. Критерии психологической зависимости от цифровых технологий.
36. Рациональное и эмоциональное воздействие СМИ. Правила отбора материалов в СМИ (В.П. Пугачев, А.И.Соловьев).
37. Приемы политических манипуляций: «эффект первичности», «кластеризация», «анонимный авторитет», «сладкий контекст», «искусственный спутник».
38. Преодоление интернет-зависимости.
39. Эмоционально-мотивационные особенности реципиента. Психологические характеристики, связаны с подверженностью убеждению.
40. Психологические исследования массовой коммуникации: бихевиоризм.
41. Психологические исследования массовой коммуникации: когнитивизм.
42. Психологические исследования массовой коммуникации: гештальтпсихология.
43. Теория социального научения А. Бандуры.
44. Особенности обратной связи в массовых коммуникациях.
45. Теория культивирования и теории социализации (Дж. Мейровиц и Н. Поустмен, Ван Эвра).
46. Теория использования и удовлетворения (Дж.Г. Блумер, А. Рубин).
47. Теория навязывания повестки дня (Э. Роджерс, Дж. Дюринг и др.).
48. Конструктивистская (когнитивисткая) теория (В. Бреввер, Г. Накамура, Б. Уилсон, В.Олешко).
49. Теория «спирали молчания».
50. Концепция «общественного мнения» У. Липмана.
51. Функции общественного мнения: регулятивная, оценочная, контрольная, защитная, консультативная, директивная.
52. Массовое сознание, социальная психика, общественное мнение.

8.2. Типовые задания для оценки знаний

1. Коммуникатор – это:
 - а) лицо или группа лиц, воспринимающих информацию;
 - б) адресант, инициатор сообщения;
 - в) лицо или группа лиц, получающие визуальные, зрительные сообщения;
 - г) средство, обеспечивающее успешность коммуникации;
 - д) способ передачи информации.

2. Автор теории социального научения:
 - а) А. Бандура;
 - б) А. Маслоу;
 - в) К. Роджерс;
 - г) К. Левин;
 - д) Дж. Уотсон.

2. Выберите лишнее. Какой стороны общения не существует?
 - а) Коммуникативная сторона общения;
 - б) Гносеологическая сторона общения;
 - в) Интерактивная сторона общения;
 - г) Перцептивная сторона общения.

8.3. Типовые задания для оценки умений

Задание 1.

К вам как специалисту поступил запрос, связанный с ростом агрессивного поведения среди молодежи.

Задание: необходимо найти материалы массмедиа для оценки степени возможного влияния сообщения на агрессивное поведение (мультфильмы, кино, радио и пр).:

- найдите подходящие материалы
- выделите критерии, по которым можно их проанализировать с точки зрения влияния на агрессивное поведение
- опишите моменты, которые вы посчитали важными при оценке этих материалов как провоцирующих агрессивное поведение
- разработайте план, согласно которому можно нивелировать эти эффекты (то есть сохранить сюжет прежним, но не влияющим на агрессивное поведение)
- оформите выступление в виде презентации с иллюстрациями, видеороликами, пояснениями, согласно которым можно ответить на этот запрос общества
- выступите с устным сообщением перед коллегами.

Задание 2.

Комсомольская правда в рубрике «Люди, которые нас удивили» поместила заметку: «Мэр Москвы нашел способ борьбы с пробками. Открывая очередную транспортную развязку, он сказал, что вынесет на обсуждение правительства города идею распорядка дня столичных чиновников. Теперь они будут работать с 7 утра, что сильно разгрузит улицы в утренние часы».

Проанализируйте, какое влияние могут оказать эти высказывания мэра Москвы на мотивацию и ожидания реципиентов – москвичей, жителей других городов, чиновников. Предложите способы нивелирования негативной реакции реципиентов на сообщение.

8.4. Типовые задания для оценки навыков

Задание 1.

Сравните определения понятий «конформизм» и «нонконформизм». Как, на ваш взгляд, следует их трактовать в контексте их рассмотрения мысли Ральфа Эмерсона: «Общество всегда находится в заговоре против человека. Конформизм считается добродетелью, уверенность в себе – грехом». Согласны ли вы с ней?

Составьте план эффективного применения методов массовых коммуникаций при работе с запросом на снижение уровня конформизма среди подростков при осуществлении профессиональных задач.

Задание 2.

В ходе рекламной кампании мебели потребители услуг продемонстрировали эффект реактанса. Вы предполагаете, что это может быть связано с излишне агрессивным маркетингом и «атакой» на конкурентов. Опишите этот эффект и способы работы с ним при решении профессиональных задач.

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

9.1. Основная литература

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510851>

2. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510894>

3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819>

9.2. Дополнительная литература

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510894>

2. Гулевич, О. А. Социальная психология : учебник и практикум для вузов / О. А. Гулевич, И. Р. Сариева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05490-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511053>

3. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515054>

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины и информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. <http://biblioclub.ru>- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> - ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364- научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://psyjournals.ru/> – портал психологических изданий Psyjournals.ru
5. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);

- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- ComodoInternetSecurity (зарубежное, свободно распространяемое).

11. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены занятиями семинарского и лекционного типа. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Занятия семинарского типа

Семинарские (практические) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.
- Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

Рекомендации по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования инвалидами и лицами с ОВЗ.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения инвалидов и лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам инвалидов и лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для инвалидов и лиц с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью и лицам с ОВЗ увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью и лиц с ОВЗ процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.