

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 21.06.2026 19:06:13

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Психология массовых коммуникаций**

Направление подготовки

37.03.01 Психология

Направленность (профиль) программы бакалавриата

37.03.01.01 Психологическое консультирование

Для набора 2026 года

Квалификация

Бакалавр

КАФЕДРА Финансовый и HR менеджмент**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	38	38	38	38
Итого ауд.	56	56	56	56
Контактная работа	56	56	56	56
Сам. работа	84	84	84	84
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

Программу составил(и): д.с.н., профессор, Самыгин С. И.

Зав. кафедрой: д.э.н., доцент А.М. Усенко

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	ознакомление с закономерностями воздействия классических и современных средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение человека в деловой и бизнес среде.
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4. Способен выявлять потребности в основных видах психологических услуг и организовывать работу психологической службы в различных сферах

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

-основные направления психологического сопровождения бизнеса; особенности работы психолога в бизнес-сфере; психологические методы, которые используются для решения основных задач бизнеса (соотнесено с индикатором ПК-4.1).

Уметь:

-выявлять психологические и социально-психологические особенности в бизнес-сфере; проводить анализ бизнес-процессов с использованием методологии психологии; эффективно применять психологические методы для решения практических задач в бизнесе(соотнесено с индикатором ПК-4.2).

Владеть:

-основами определения психологических проблем в сфере бизнеса; психологическими концепциями, моделями методами для решения комплексных бизнес задач(соотнесено с индикатором ПК-4.3).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы массовых коммуникаций

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема 1.1 “Введение в массовые коммуникации”: 1. Основные характеристики общения. 2. Определение и функции общения. Виды общения. 3. Деловое общение и его кодекс. 4. Стили, уровни, стратегии и средства общения. 5. Этапы общения. Структура общения.	Лекционные занятия	5	4	ПК-4
1.2	Тема 1.1 “Введение в массовые коммуникации”: 1. Основные характеристики общения. 2. Определение и функции общения. Виды общения. 3. Деловое общение и его кодекс. 4. Стили, уровни, стратегии и средства общения. 5. Этапы общения. Структура общения.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4
1.3	Тема 1.2 “Анализ структуры массовых коммуникаций”: 1. Общение как коммуникация. Причины плохой коммуникации. 2. Общение как восприятие: идентификация, эмпатия, рефлексия. 3. Факторы, затрудняющие адекватное восприятие в общении. Стереотипы и установки при восприятии партнера в общении. 4. Формы межличностного взаимодействия в общении. 5. Социальное влияние: суггестия, конформизм, неконформизм.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4
1.4	Тема 1.2 “Анализ структуры массовых коммуникаций”: 1. Общение как коммуникация. Причины плохой коммуникации. 2. Общение как восприятие: идентификация, эмпатия, рефлексия. 3. Факторы, затрудняющие адекватное восприятие в общении. Стереотипы и установки при восприятии партнера в общении. 4. Формы межличностного взаимодействия в общении. 5. Социальное влияние: суггестия, конформизм, неконформизм.	Самостоятельная работа	5	6	ПК-4
1.5	Тема 1.3 “Основные формы делового общения”: 1. Деловая беседа. Закономерности аргументации при ведении деловой беседы. 2. Деловые переговоры. Деловая дискуссия. Деловые совещания и собрания. 3. Публичные выступления. Особенности общения через переводчика.	Самостоятельная работа	5	2	ПК-4
1.6	Тема 1.3 “Основные формы делового общения”: 1. Деловая беседа. Закономерности аргументации при ведении деловой беседы. 2. Принятие решения – завершающая фаза беседы. 3. Деловые переговоры. Национальные стили ведения переговоров. 4. Деловая дискуссия. Деловые совещания и собрания. Прием подчиненных, общение с коллегами и начальником.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4

	5. Публичные выступления. Особенности общения через переводчика				
1.7	Подготовка доклада и презентации к нему с использованием LibreOffice. Перечень тем представлен в приложении 1 к РП	Самостоятельная работа	5	16	ПК-4
Раздел 2. Массовые коммуникации и личность					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема 2.1 “Личность в коммуникациях”: 1. Человек, индивид, индивидуальность, личность. 2. Концепции личности и их учет в деловом общении. 3. Защитные механизмы личности. 4. Учет гендерных особенностей личности. Учет национальных особенностей личности.	Самостоятельная работа	5	2	ПК-4
2.2	Тема 2.1 “Личность в коммуникациях”: 1. Человек, индивид, индивидуальность, личность. 2. Концепции личности и их учет в деловом общении. 3. Защитные механизмы личности. 4. Учет гендерных особенностей личности. Учет национальных особенностей личности.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4
2.3	Тема 2.2 “Типологические характеристики личности в массовых коммуникациях”: 1. Психологические типы акцентуации личности. 2. Учет типа темперамента в деловом общении. 3. Конституционная типология личности. Психометрическая типология личности. 4. Психологические типы деловых партнеров. Типы сотрудников в служебном общении.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4
2.4	Тема 2.2 “Типологические характеристики личности в массовых коммуникациях”: 1. Психологические типы акцентуации личности. 2. Учет типа темперамента в деловом общении. 3. Конституционная типология личности. Психометрическая типология личности. 4. Психологические типы деловых партнеров. Типы сотрудников в служебном общении.	Самостоятельная работа	5	4	ПК-4
2.5	Тема 2.3 “Изучение личности делового партнера по невербальным признакам”: 1. Основы графологии в деловом общении. 2. Основы кинесики в деловом общении. 3. Основные закономерности проксемики. Основные закономерности такесики. 4. Синтоническая модель общения.	Самостоятельная работа	5	2	ПК-4
2.6	Тема 2.3 “Изучение личности делового партнера по невербальным признакам”: 1. Основы графологии в деловом общении. 2. Основы кинесики в деловом общении. 3. Основные закономерности проксемики. Основные закономерности такесики. 4. Синтоническая модель общения.	Практические занятия	5	2	ПК-4
2.7	Подготовка доклада и презентации к нему с использованием LibreOffice. Перечень тем представлен в приложении 1 к РП	Самостоятельная работа	5	16	ПК-4
Раздел 3. Возможности массовых коммуникаций					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Тема 3.1 “Споры и конфликты в массовых коммуникациях”: 1. Определение понятия «спор», цели и подходы к ведению спора. 2. Техника убеждения партнера. Принципы ведения спора. 3. Понятие «конфликт», структура и типология конфликта. Причины конфликтов. 4. Модель конфликтного процесса и его последствия. Методы и стратегии управления конфликтной ситуацией.	Лекционные занятия	5	4	ПК-4
3.2	Тема 3.2 “Стрессы в массовых коммуникациях”: 1. Признаки и механизм протекания стресса. 2. Виды профессиональных стрессов. 3. Синдром опустошения. Саморегуляция работника . 4. Практикум снятия стресса.	Лекционные занятия	5	2	ПК-4
3.3	Тема 3.2 “Стрессы в массовых коммуникациях”: 1. Признаки и механизм протекания стресса. 2. Виды профессиональных стрессов. 3. Синдром опустошения. Саморегуляция работника . 4. Практикум снятия стресса.	Практические занятия	5	6	ПК-4

	5. Методы борьбы со стрессом.				
3.4	Тема 3.3 "Универсальные этические нормы и психологические принципы коммуникаций": 1. Принципы коммуникаций. 2. Психологические приемы влияния на партнера. 3. Психологическое воздействие: механизмы, средства и методы. 4. Принципы и правила успешной организации времени.	Лекционные занятия	5	2	ПК-4
3.5	Тема 3.3 "Универсальные этические нормы и психологические принципы коммуникаций": 1. Принципы коммуникаций. 2. Психологические приемы влияния на партнера. 3. Психологическое воздействие: механизмы, средства и методы. 4. Защита от манипуляций. Умение слушать в деловом общении. 5. Принципы и правила успешной организации времени.	Практические занятия	5	6	ПК-4
3.6	Тема 3.4 "Особенности восприятия информации": 1. Коммуникативные барьеры. Восприятие и его особенности. 2. Коммуникативные барьеры и ошибки: перцептивно-интерпретационные, диспозиционные, статусные, семантические и др.	Лекционные занятия	5	2	ПК-4
3.7	Тема 3.4 "Особенности восприятия информации": 1. Коммуникативные барьеры. Восприятие и его особенности. 2. Коммуникативные барьеры и ошибки: перцептивно-интерпретационные, диспозиционные, статусные, семантические и др.	Практические занятия	5	2	ПК-4
3.8	Тема 3.5 "Психологические эффекты массовой коммуникации": 1. Методы психологического воздействия в массовой коммуникации. 2. Подражание, заражение, внушение. Формы косвенного внушения. 3. Симптомы огруппления мышления. Убеждение. 4. Роль групповых факторов в процессе убеждения.	Лекционные занятия	5	4	ПК-4
3.9	Тема 3.5 "Психологические эффекты массовой коммуникации": 1. Методы психологического воздействия в массовой коммуникации. 2. Подражание, заражение, внушение. Самовнушение. 3. Формы косвенного внушения: намек, косвенное одобрение и косвенное осуждение. 4. Симптомы огруппления мышления. Убеждение. 5. Роль групповых факторов в процессе убеждения.	Практические занятия	5	6	ПК-4
3.10	Тема 3.6 "Манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций": 1. Определение манипуляции. Признаки манипуляции. 2. Психология манипуляции. Манипуляция на уровне психических процессов. 3. Манипуляция на уровне психологических процессов. 4. Перцептивные, мнемические, интеллектуальные процессы. 5. Механизмы, реализующие манипулятивное воздействие.	Практические занятия	5	8	ПК-4
3.11	Тема 3.7 "Неформальные коммуникации": 1. Слухи как специфический вид межличностной коммуникации. 2. Слухи как отражение общих социальных стереотипов и установок аудитории. 3. Слухи как отражение общественного мнения и общественных настроений. 4. Слухи как выражение информационной ситуации в регионе. Природа слухов. 5. Слух как СМИ, или "самая массовая из всех массовых коммуникаций". 6. Самотранслируемость, устность, анонимность и иные особенности слухов.	Практические занятия	5	8	ПК-4
3.12	Подготовка доклада и презентации к нему с использованием LibreOffice. Перечень тем представлен в приложении 1 к РП	Самостоятельная работа	5	16	ПК-4
3.13	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	5	4	ПК-4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "КонсультантПлюс"

ИСС "Гарант" <http://www.garant.ru/>

База профессиональных данных «Мир психологии» <http://psychology.net.ru/>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
LibreOffice

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-4: способен выявлять потребности в основных видах психологических услуг и организовывать работу психологической службы в бизнес-сферах			
<p>Знать: основные направления психологического сопровождения бизнеса; особенности работы психолога в бизнес-сфере; психологические методы, которые используются для решения основных задач бизнеса.</p>	<p>Изучает конспекты лекций, основную и дополнительную литературу, выделяет основные направления и особенности работы психолога в психологическом сопровождении бизнеса</p>	<p>Умение использовать широкий спектр научных и учебных источников при ответе на зачете, умение приводить практические примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительными информационными ресурсами; использование актуальных сведений периодических изданий в докладе</p>	<p>ВЗ – вопросы к зачету (1-40) Т-Тест (1-20); Д-доклад (1-34)</p>
<p>Уметь: выявлять психологические и социально-психологические особенности в бизнес-сфере; проводить анализ бизнес-процессов с использованием методологии психологии; эффективно применять психологические методы для решения практических задач в бизнесе.</p>	<p>Проводит психологическое исследование; разрабатывает рекомендации по развитию с области массовых коммуникаций, демонстрируя эти знания при прохождении теста и в решении практико-ориентированного задания</p>	<p>Умение собирать, усваивать и анализировать информацию из различных источников и применять полученные знания при решении теста; целенаправленность поиска и отбора информации при подготовке практико-ориентированного задания</p>	<p>ПОЗ -практико-ориентированные задания (1-4).</p>
<p>Владеть: основами определения психологических проблем в сфере бизнеса; психологическими концепциями, моделями методами для решения комплексных бизнес задач.</p>	<p>Формулирует основные психологические проблемы в сфере бизнеса, владеет умением находить конструктивные решения бизнес-задач</p>	<p>Демонстрация навыков использования материалов из различных источников, в том числе из периодических изданий при подготовке практико-ориентированных заданий</p>	<p>ПОЗ- практико-ориентированные задания (5-7).</p>

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

- Для зачета
- 50-100 баллов (зачет)
- 0-49 баллов (незачет)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Определение и функции общения.
2. Виды общения. Деловое общение и его кодекс.
3. Стили общения, уровни, стратегии и средства общения.
4. Общение как коммуникация. Причины плохой коммуникации.
5. Общение как восприятие: идентификация, эмпатия, рефлексия.
6. Факторы, затрудняющие адекватное восприятие в общении.
7. Формы межличностного взаимодействия в общении.
8. Социальное влияние: суггестия, конформизм, неконформизм.
9. Человек, индивид, индивидуальность, личность.
10. Концепции личности и их учет в деловом общении.
11. Защитные механизмы личности.
12. Учет гендерных особенностей личности.
13. Учет национальных особенностей личности.
14. Психологические типы акцентуации личности.
15. Основы графологии в деловом общении.
16. Основы кинесики в деловом общении.
17. Основные закономерности проксемики.
18. Основные закономерности такесики.
19. Синтоническая модель общения.
20. Деловая беседа.
21. Деловые переговоры.
22. Деловые совещания и собрания.
23. Прием подчиненных.
24. Публичные выступления.
25. Особенности общения через переводчика.
26. Определение понятия «спор», цели и подходы к ведению спора.
27. Техника убеждения партнера.
28. Особенности критики в споре.
29. Принципы ведения спора.
30. Понятие «конфликт», структура и типология конфликта.
31. Причины конфликтов, модель конфликтного процесса и его последствия.
32. Методы и стратегии управления конфликтной ситуацией.
33. Психология и общество, психология и труд, профессиональная психология.
34. Экономическая, политическая и правовая психология.
35. Принципы делового общения.
36. Психологические приемы влияния на партнера.
37. Умение слушать в деловом общении.
38. Принципы и правила успешной организации времени.
39. Основные понятия об этикете и правила приветствия в деловом общении.
40. Методы и навыки ведения телефонных переговоров.

Зачетное задание по дисциплине включает:

- два теоретических вопроса из представленного перечня вопросов к зачету;
- одно задание из перечня заданий подраздела «Практико-ориентированные задания».

Критерии оценивания:

- **50-100 баллов («зачет»)** выставляется, если изложенный материал фактически верен, подтверждается наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и требованиями к результатам освоения дисциплины, допускаются отдельные логические погрешности, а также изложение ответов с отдельными ошибками при уверенном их исправлении после дополнительных вопросов; практико-ориентированное задание выполнено верно, допускаются отдельные стилистические погрешности.
- **0-49 баллов («незачет»)** выставляется в случае если ответы не связаны с вопросами, имеются грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, практико-ориентированное задание не решено.

ТЕСТ

1. Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является....
А) непосредственность общения;
Б) опосредованность общения;
В) свобода общения;
Г) масштаб общения.
2. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна.....обратная связь.
А) отсроченная;
Б) прямая;
В) косвенная;
Г) латентная.
3. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна...
А) массовость субъектов общения;
Б) единичность субъектов общения;
Г) отсутствие субъектов общения;
Д) отсутствие объектов общения.
4. К видам внимания не относится....
А) произвольное;
Б) непроизвольное;
В) послепроизвольное;
Г) глубокое.
5. «Психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации» называется...
А) установкой;
Б) стереотипом;
В) ощущением;
Г) восприятием.
6. Автором термина «стереотип» являлся...
А) У. Липман;

- Б) З. Фрейд;
- В) К. Юнг;
- Г) Р. Харрис.

7. «Слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия» называются...

- А) паническими;
- Б) агрессивными;
- В) пугалами;
- Г) экспрессивными.

8. К видам слухов не относят...

- А) агрессивные слухи;
- Б) субъективные слухи;
- В) слухи-пугало;
- Г) слухи-желания.

9. К видам слухов относят...

- А) слух-желание;
- Б) субъективный слух;
- В) объективный слух;
- Г) проективный слух.

10. К особенностям циркуляции слухов не относят...

- А) сглаживание;
- Б) заострение;
- В) адаптацию;
- Г) консервацию.

11. К особенностям циркуляции слухов относят...

- А) адаптацию;
- Б) активацию;
- В) авторизацию;
- Г) дезактивацию.

12. «Ложную или истинную, проверенную или не поддающуюся проверке (и в этом случае обычно маловероятную), неполную, пристрастную, но правдоподобную информацию о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, и об обстоятельствах, касающихся достаточно закрытых сторон жизни сравнительно замкнутых, элитных, социальных групп» называют...

- А) сплетней;
- Б) стереотипом;
- В) установкой;
- Г) слухом.

13. «Контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно» называется...

- А) толпой;
- Б) массой;
- В) публикой;

Г) коллективом.

14. К типу толпы не относится...

- А) экспрессивная;
- Б) действующая;
- В) случайная;
- Г) специальная.

15. К типу толпы относится...

- А) экспрессивная;
- Б) специальная;
- В) латентная;
- Г) профессиональная.

16. Термин «паника» имеет ... происхождение.

- А) римское;
- Б) советское;
- В) греческое;
- Г) американское.

17. Термин «катарсис» был введён...

- А) Платоном;
- Б) Демокритом;
- В) Аристотелем;
- Г) Цицероном.

18. Десенсибилизация связана с ...

- А) понижением чувствительности к насилию;
- Б) повышению чувствительности к насилию;
- В) не повторением насилия в жизни;
- Г) повторением насилия в жизни.

19. «Множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам» - это...

- А) агрессивная толпа;
- Б) экспрессивная толпа;
- В) паническая толпа;
- Г) экстатическая толпа.

20. ... толпа состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности.

- А) экспрессивная;
- Б) стяжательская;
- В) агрессивная;
- Г) паническая.

Инструкция: в каждом вопросе необходимо выбрать один или несколько правильных ответов

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20. За каждый правильный ответ начисляется 1 балл.

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Массовая культура: понятие, признаки, функции.
 2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования.
 3. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
 4. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
 5. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
 6. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации.
 7. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств.
 8. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
 9. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.
 10. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации.
 11. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
 12. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
 13. Теории медиаэффектов.
 14. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне.
 15. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне.
 16. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления.
 17. Убеждения. Психологические модели убеждающего воздействия.
 18. СМИ как "четвертая власть": психологические и социально-психологические аспекты.
 19. Психологическое изучение пропаганды.
 20. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.
 21. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды.
 22. Манипулирование: природа, формы и механизмы.
- Основные манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций.
23. Роль СМИ в пропаганде и агитации.
 24. Коммуникативная эффективность рекламы. Критерии эффективности рекламы.
 25. Слух как СМИ. Природа и разновидности слухов.
 26. Факторы циркуляции слухов. Борьба со слухами.
 27. Каналы распространения слухов. Роль СМИ в распространении слухов.
 28. Мода как социально-психологический феномен.
 29. История изучения моды и ее социокультурных и социопсихологических функций.
 30. Психология творчества в коммуникационном процессе.
 31. Творческие способности и творческое мышление.
 32. Механизмы творчества. Методы активизации творческого мышления.
 33. Психологические особенности научного творчества.
 34. Креативная психология в рекламном деле.

Критерии оценивания:

Студент должен подготовить 4 доклада с презентациями. Максимальное количество набранных баллов – 40 баллов. За каждый доклад студенту начисляется:

- **10 баллов** выставляются студенту, если в докладе обоснована актуальность темы, материал изложен логично и полно, использованы актуальные источники литературы (учебные пособия - за последние 5 лет, периодические издания - за последние 3 года), материал излагался с использованием презентации;
- **6-9 баллов** выставляются студенту, если в докладе обоснована актуальность темы, материал изложен логично, но неполно, использованы актуальные источники литературы, материал излагался с использованием презентации;
- **3-5 баллов** выставляются студенту, если материал излагался с отдельными ошибками, использовались неактуальные источники литературы, презентация отсутствует;

- **0-2 балла** выставляются студенту, если доклад не связан с выбранной темой, наличие грубых ошибок, непонимание сущности излагаемого вопроса.

Практико-ориентированные задания

Задание 1. Анализ новостных сообщений

Цель задания – проанализировать приемы, с помощью которых авторы новостных сообщений интерпретируют события.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите событие, которое широко освещалось в новостях;
- найдите три сообщения, посвященные этому событию и опубликованные в разных источниках массовой коммуникации;
- выделите способы интерпретации события, которые используются в этих сообщениях;
- создайте свое новостное сообщение, чтобы задать определенную интерпретацию этого события;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением.

Задание 2. Анализ сообщений в кампаниях социального маркетинга

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации, которые используются в кампаниях социального маркетинга.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите три сообщения, которые транслируются по каналам массовой коммуникации в рамках определенной кампании социального маркетинга;
- объясните, на какую аудиторию рассчитаны эти сообщения (какую стратегию анализа использует аудитория);
- проанализируйте факторы убеждения, которые используются в этих сообщениях;
- придумайте свое сообщение, которое могло бы использоваться в этой кампании;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание 3. Анализ самопрезентации в социальных сетях

Цель задания – проанализировать стратегии самопрезентации в социальных сетях.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите в психологической литературе любую классификацию стратегий самопрезентации;
- выберите в любой социальной сети двух пользователей, которые используют разные стратегии самопрезентации;
- определите стратегии каждого пользователя и средства, с помощью которых он их реализует;
- предложите дополнительные средства (сообщения), которые помогут реализовать эту стратегию;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание 4. Популяризация научных знаний о массовой коммуникации

Цель задания – придумать публичное выступление, посвященное массовой коммуникации и предназначенное для «широкой» аудитории. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите тему, посвященную связи между массовой коммуникацией и психологическим состоянием пользователей;
- найдите три научные статьи, посвященные этой теме, и составьте на их основе последовательный рассказ;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание 5. Анализ социального поведения в Интернете

Цель задания – проанализировать акты социального – агрессивного или помогающего - поведения в Интернете. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите конкретную форму поведения, которую Вы будете анализировать;
- найдите в одном источнике (например, в группе в социальной сети, на форуме сообщества и т.д.) пятнадцать сообщений, отражающих выбранную форму поведения;
- проанализируйте содержание этих сообщений и сделайте предположения об условиях, способствующих их написанию;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание 6. Анализ стереотипов в массовой коммуникации

Цель задания – проанализировать групповые стереотипы, которые присутствуют в сообщениях массовой коммуникации.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите сообщение массовой коммуникации (новости, художественный фильм, мультфильм), которое транслирует стереотипы по отношению к какой-либо социальной группе;
- проанализируйте содержание этих стереотипов, объясните, с помощью каких средств они передаются;
- предложите сюжет и оформление своего сообщения для изменения этих стереотипов;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание 7. Анализ методик для измерения зависимости от цифровых технологий

Цель задания – проанализировать методики, которые используются для измерения зависимости от цифровых технологий.

Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- в научных статьях найдите две методики, которые используются для измерения любого варианта цифровой зависимости;
- сравните эти методики между собой, опишите сходства и различия;
- сопоставьте содержание этих методик с симптомами зависимости от цифровых технологий;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 40. Студенту необходимо проработать 5 из 7 практико-ориентированных заданий на свой выбор. За каждое задание выставляется максимум 8 баллов:

- **8 баллов** выставляется студенту, если он подготовил развернутые ответы на все поставленные вопросы, грамотно и логично изложил подготовленный материал, способен поддерживать дискуссию по теме задания с одноклассниками;
- **5-7 баллов** выставляется студенту, если поставленные вопросы раскрыты не в полном объеме, изложены грамотно и логично;
- **1-4 балла** выставляется студенту, если поставленные вопросы раскрыты не в полном объеме, изложение ответов с отдельными ошибками, исправленных после замечаний;
- **0 баллов** выставляется в случае, если студент не владеет материалом по заданным вопросам.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации. Количество вопросов в зачетном задании – 3: два теоретических вопроса из представленного перечня вопросов к зачету и одно задание из подраздела «Практико-ориентированные задания». Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия;

В ходе лекционных занятий рассматриваются следующие вопросы: введение в массовые коммуникации; анализ структуры массовых коммуникаций; основные формы делового общения; личность в коммуникациях; типологические характеристики личности в массовых коммуникациях; изучение личности делового партнера по невербальному признаку; споры и конфликты в массовых коммуникациях; стрессы в массовых коммуникациях; универсальные этические нормы и психологические принципы коммуникаций.

Даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям. Студентам следует перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы; перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки: владения приемами систематизации и обработки отобранной информации; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов как одним из видов коммуникации; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и экономической сферах.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить

конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.