

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан

социально-гуманитарного факультета

(наименование факультета)

И.В. Цевелева

И.В. Цевелева

(подпись, ФИО)

« 29 » *июль* 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

"Социология и психология массовых коммуникаций"

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
2	3	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	ИК

Комсомольск-на-Амуре 2020

Разработчик рабочей программы:


доцент, к. полит. н., доцент
(должность, степень, ученое звание)


(подпись)

Новиков Д.В.
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой
«История и культурология»
(наименование кафедры)


(подпись)

Петрунина Ж.В.
(ФИО)

Заведующий выпускающей
кафедрой¹
(наименование кафедры)


(подпись)


(ФИО)

¹ Согласовывается, если РПД разработана не на выпускающей кафедре.

1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт [Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами].

Профессиональный стандарт [Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ]. ПС 06.009, ТФ 3.2.1, организация маркетинговых исследований в области СМИ

НЗ-1 основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.

Задачи дисциплины	- понимание специфики массовых коммуникаций; усвоение базисных знаний о сущности, структуре и видах коммуникаций; - формирование представлений о функциях и эффектах массовой коммуникации на микроуровне и макроуровне; - знакомство с особенностями исследования коммуникатора, аудитории, содержания массовой коммуникации и т.д. в социологии; - знание психологических особенностей массовой коммуникации в сопоставлении с психологией межличностного общения; механизмах психологического воздействия на массовую аудиторию
Основные разделы / темы дисциплины	1. Социология массовых коммуникаций 1.1 Особенности общения в условиях массовой коммуникации 1.2 Социология телевидения 1.3 Социология интернета 1.4 Общественное мнение 2. Психология массовых коммуникаций 1.1 Психологические аспекты массовых коммуникаций 1.2 Психология телевидения и интернета 1.3 Психология массового поведения 1.4 Медиамаанипулирование

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1 Знает особенности, структуру целевой аудитории ОПК-4.2 Умеет определять целевую аудиторию и её характеристики ОПК-4.3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории</p>	<p>Знать особенности воздействия СМИ на массовое сознание. Понимать социально-психологические аспекты массовой коммуникации. Знать сущность медиаманипулирования. Знать приемы медиаманипулирования. Знать основные способы сбора, анализа и наглядного представления информации Уметь проводить контент-анализ и дискурс-анализ СМИ. Уметь самостоятельно использовать отдельные приемы медиаманипулирования. Уметь самостоятельно выбирать и использовать приемы медиаманипулирования. Уметь самостоятельно собирать, анализировать и наглядно представлять информацию Владеть навыками анализа СМИ. Владеть навыками анализа аудитории СМИ. Владеть навыками медиаманипулирования. Владеть навыками самостоятельного сбора, анализа и наглядного представления информации.</p>
Профессиональные		

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология и психология массовых коммуникаций» изучается на 2 курсе(ах) в 3 семестре(ах).

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части.

Для освоения дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций» необходимы знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Социология»

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций», будут востребованы при изучении последующих дисциплин таких как: «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ».

Дисциплина «Социология и психология массовых коммуникаций» в рамках воспитательной работы направлена на формирование полноценной картины мира, принципов и категорий познания, формирование личности.

Дисциплина «Социология и психология массовых коммуникаций» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, выполнения контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	49
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	16
в том числе часов практической подготовки	0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	32
в том числе часов практической подготовки	8
Иная контактная работа	1
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа,	

Объем дисциплины	Всего академических часов
включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	131
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет с оценкой	0

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1 «Социология массовых коммуникаций»				
Тема 1. Особенности общения в условиях массовой коммуникации. Сущность массовой коммуникации. Отличие массовой коммуникации от межличностной коммуникации. Особенности общения в условиях массовой коммуникации. Дискурсивный анализ текста как метод исследования массовых коммуникаций. Контент-анализ как метод исследования массовых коммуникаций.	2	4		16
Тема 2. Социология телевидения. Сущность телевидения. Особенность телевидения как канала массовой коммуникации. Телеаудитория. Методы изучения телеаудитории.	2	4		16
Тема 3. Социология интернета. Интернет как канал массовой коммуникации. Особенности интернет-аудитории. Методы изучения интернет-аудитории. Проблема интернет-аддикции.	2	4		16
Тема 4. Общественное мнение. Теории общественного мнения. Структура и функции общественного мнения. Методы изучения общественного мнения	2	4		16
Раздел 2 «Психология массовых коммуникаций»				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Тема 1. Психологические аспекты массовых коммуникаций Личность как объект массовой коммуникации. Теория бессознательного З. Фрейда. Теория рациональности М. Вебера. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Теория стереотипов У. Лимпана. Теория «спирали молчания» Э. Ноэль-Нойман.	2	4*		16
Тема 2. Психология телевидения и интернета. Психологические эффекты телевидения. Влияние интернета на психику личности. Роль телевидения и интернета в современной политике.	2	4		16
Тема 3. Психология массового поведения. Психология толпы. Виды толпы. Массовое сознание. Паника. Особенности агрессивной толпы. Психологические приемы противодействия панической и агрессивной толпе. Слухи.	2	4		15
Тема 4. Медиа манипулирование. Сущность манипулирования. Сущность медиаманипуляций. Механизмы манипулирования и медиаманипулирования. Приемы медиаманипулирования. Приемы противодействия медиаманипулированию.	2	4*		20
ИТОГО по дисциплине	16	32	-	132

*- реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	50
Подготовка к занятиям семинарского типа	64

Подготовка и оформление контрольной работы	17
	131

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1 Музыкант, В.Л. Психология и социология в рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2012. - 218 с. // ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный (дата обращения 10.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / Р.И. Мокшанцев; Науч. ред. М.В. Удальцова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 232 с. // ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный (дата обращения 10.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1 Гуревич, П. С. Психология рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / П.С. Гуревич - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 287 с. // ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный (дата обращения 10.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Гостенина, В. И. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - М.: Альфа - М: ИНФРА-М, 2009. - 352 с. // ZNANIUM.COM: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный (дата обращения 10.06.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1 Новиков Д.В. Психология массовых коммуникаций / Д.В. Новиков. – Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре гос. техн. ун-т», 2013. – 98 с.

2 Новиков, Д.В. Методические указания к написанию контрольных работ по дисциплине «Социология и психология массовых коммуникаций» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» (Размещение: СЭД «Альфреско»).

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью:
<https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

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.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. 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.

9.2 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.

9.3 Занятия семинарского типа

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

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

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

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

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

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

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

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 университета.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной 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 внеаудиторной 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 оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

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.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.2 Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены следующие презентации: «Медиаманипулирование», «Психология массового поведения».

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, 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. N 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.

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

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов 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 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 процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹
по дисциплине

«Социология и психология массовых коммуникаций»

Направление подготовки	<i>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>« Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»</i>
Квалификация выпускника	<i>«бакалавр»</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>«2020»</i>
Форма обучения	<i>«очная»</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
2	3	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1 Знает особенности, структуру целевой аудитории</p> <p>ОПК-4.2 Умеет определять целевую аудиторию и её характеристики</p> <p>ОПК-4.3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории</p>	<p>Знать особенности воздействия СМИ на массовое сознание.</p> <p>Понимать социально-психологические аспекты массовой коммуникации.</p> <p>Знать сущность медиаманипулирования.</p> <p>Знать приемы медиаманипулирования.</p> <p>Знать основные способы сбора, анализа и наглядного представления информации</p> <p>Уметь проводить контент-анализ и дискурс-анализ СМИ.</p> <p>Уметь самостоятельно использовать отдельные приемы медиаманипулирования.</p> <p>Уметь самостоятельно выбирать и использовать приемы медиаманипулирования.</p> <p>Уметь самостоятельно собирать, анализировать и наглядно представлять информацию</p> <p>Владеть навыками анализа СМИ.</p>

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		<p>Владеть навыками анализа аудитории СМИ.</p> <p>Владеть навыками медиаманипулирования.</p> <p>Владеть навыками самостоятельного сбора, анализа и наглядного представления информации.</p>
Профессиональные		

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Социология массовых коммуникаций 2. Психология массовых коммуникаций	ОПК-4	Тест	Общая сумма баллов, которая может быть получена за тест
	ОПК-4	Собеседование (опрос)	<ul style="list-style-type: none"> - глубина, прочность, систематичность знаний - адекватность применяемых знаний ситуации - рациональность используемых подходов - степень проявления необходимых профессионально значимых личностных качеств - степень значимости определенных ценностей - проявленное отношение к определенным объектам, ситуациям - умение поддерживать и активизировать беседу, корректное поведение
	ОПК-4	Контрольная работа	<ul style="list-style-type: none"> - способность анализировать и обобщать информацию; - способность синтезировать новую информацию; - способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации

			информации, разъяснения; установление причинно- следственных связей, выявление закономерности; - наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); - наличие четко определенной личной позиции по теме; - адекватность аргументов при обосновании личной позиции стиль изложения (использование профессиональных терминов, цитат, стилистическое построение фраз, и т.д.)
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 5).

Таблица 5 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
3 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме итоговой оценки</i>				
1	Тест	15 неделя	максимально возможная сумма 10 баллов	1 балл за каждый правильный ответ
2	Собеседование (опрос)	В течение семестра	1-5 баллов за каждую тему	5 баллов студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна,

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
			максимально возможна сумма 80 баллов	может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 3 балла дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «5», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 1 балл ответы обрывистые, нечёткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы 0 баллов – студент не отвечает на вопросы плана семинарского занятия
3.1	Контрольная работа	13 неделя	10 баллов	10 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, свободное владение материалом. 8 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: знание программного материала, грамотное изложение, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач. 6 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий. 3 балла выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, в работе содержатся ошибки, затруднения при выполнении практического задания 0 баллов работа не выполнена.
ИТОГО:		максимально возможная сумма 100 баллов		-
<p>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 49 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 50 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 65 – 79 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень);</p>				

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
	80 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)			

- 3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы**

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовое тестовое задание

1). Автором теории когнитивного диссонанса является...:

- А) З. Фрейд;
- Б) Л. Фестингер;
- В) М. Вебер;
- Г) К. Юнг.

2). Особенностью массовой коммуникации является...:

- А) опосредованность;
- Б) наличие коммуникатора;
- В) межличностный характер;
- Г) неформальность.

3). Интернет был создан в...:

- А) СССР;
- Б) КНДР;
- В) КНР;
- Г) США.

4). Интернет-аддикция – это...:

- А) зависимость от интернета;
- Б) зависимость от телевидения;
- В) отказ от интернета;
- Г) незаконное использование интернета.

5). Самым популярным мессенджером в современной России является...:

- А) телеграмм;
- Б) ватсап;
- В) тик-ток;
- Г) вконтакте.

6). ...- статья, анонсирующая какое-либо мероприятие.

- А) имиджевая статья;
- Б) авторская статья;
- В) статья-анонс;
- Г) бэкграундер.

7). ...- особая папка, на внутренней стороне которой имеются специальные карманы для материалов, на внешнюю сторону этих карманов прикрепляются визитные карточки, представляющие организацию на пресс-конференции.

- А) пресс-релиз;
- Б) ньюс-кит;
- В) медиа-кит;
- Г) бэкграундер.

8). К. Юнга является автором...:

- А) аналитической теории личности;
- Б) психодинамической теории личности;
- В) когнитивной теории личности;
- Г) диспозиционной теории личности.

9). Автором теории «спирали молчания» является...:

- А) П. Бурдьё;
- Б) Т. Парсонс;
- В) Р. Мертон;
- Г) Э. Ноэль-Нойман.

10). Автором теории стереотипов является...:

- А) П. Бурдьё;
- Б) Т. Парсонс;
- В) Р. Мертон;
- Г) У. Липман.

Контрольная работа Комплект заданий для контрольной работы

Задание 1. Проведите контент-анализ любого выступления Президента РФ. Текст выступления выберите самостоятельно на сайте: kremlin.ru.

Задание 2. Проведите анализ контентного наполнения онлайн версии журнала «Эксперт». Как освещаются последние политические события в России? Проведите дискурсивный анализ текстов за последние полгода.

Задание 3. Запишите с телеэфира интервью (возможно сфокусироваться на телеинтервью с политическими лидерами, финансовыми экспертами, известными деятелями науки и культуры по актуальным вопросам современности, транслируемое по федеральным телевизионным каналам (Вести 24, Вести РТР, ОРТ, 5 канал, РЕН-ТВ и др.). Проанализируйте вербальный и визуальный уровни выступлений.

Вопросы для собеседования

1. Социология и психология массовых коммуникаций как научная дисциплина.
2. Социологические методы исследования МК.
3. Дискурс-анализ.
4. Контент-анализ.
5. СМИ и реклама как социальные институты. Средства массовой информации, общественное мнение и социальные проблемы.
6. Цели и задачи психологии массовой коммуникации.
7. Понятие массовой коммуникации.

8. Методы психологии массовой коммуникации.
9. Периодизация и типология исследований массовой коммуникации. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества.
10. Массовые СМИ как социализирующие агенты. Теории социального научения и культивирования. Обучение социальным ролям и моделям поведения.
11. Масс-медиа и политическая социализация, политические ценности и поведение. Непреднамеренные эффекты.
12. Искажение картины мира в виртуальном пространстве СМИ.
13. Психологическая структура социальной установки. Функции социальной установки.
14. Понятие стереотипа и его роль в коммуникативном процессе.
15. Типология стереотипов.
16. Роль и значение национального стереотипа в массовых коммуникационных процессах.
17. Роль социальных потребностей в коммуникативном процессе.
18. Социальный интерес как одна из основ массовых коммуникаций.
19. Механизм обращения аудитории к средствам массовой информации.
20. Понятие манипуляции. Методы манипулирования СМИ общественным сознанием. Факторы эффективности манипулирования СМИ массовым сознанием.
21. Сущность феномена слухов. Классификация слухов. Факторы возникновения слухов.
22. Особенности произвольного и стихийного поведения людей. Факторы массовой паники. Психологические механизмы развития паники.
23. Место рекламы в массовых коммуникационных процессах. Основные закономерности восприятия рекламы. Механизмы психологического воздействия рекламы.
24. Медиа манипулирование. Сущность и приемы медиаманипулирования.

Задания к семинарам, реализуемым в форме практической подготовки

Задания к теме 3. «Жанры и виды PR-текста» (4 часа)

Задание 3. 1. Психологические аспекты массовых коммуникаций (4 часа)

1. Приведите примеры когнитивного диссонанса.
2. Подумайте каким образом человек может бороться с когнитивным диссонансом. Расскажите об этом.
3. Приведите примеры стереотипов и установок. Для чего нужны стереотипы? Приведите примеры этностереотипов.
4. Как Вам кажется является ли человек рациональным существом? Аргументируйте свой ответ.
5. Приведите примеры использования теории З. Фрейда в современной рекламе.
6. Придумайте несколько примеров использования теории З. Фрейда в рекламе.

Задание 3.4. «Медиа манипулирование» (4 часа)

- А) Продумайте, как бы вы действовали в таких ситуациях манипулирования:
1. Вам необходимо попасть на киносеанс, а вы забыли билет. Найдите подход к билетерше, если это: а) молодая симпатичная девушка; б) сурового вида старуха; в) пожилой мужчина интеллигентного вида.
 2. Вам необходимо найти способ вынудить человека сделать то, что ему не по душе, с просьбой «Я слышал о вас как о человеке, который никогда никому не отказывает. Не могли бы вы одолжить 5000 рублей? Мне скоро должны вернуть долг, и я сразу же вам отдам». А как бы вы поступили, если бы к вам обратились с подобной просьбой?
- Б) Приведите примеры использования следующих приемов политического манипулирования:


- «игра в простонародье»
- «двойная бухгалтерия»
- «использование ссылки на авторитет»
- «магия цифр»
- «чтение в сердцах».

В) Существуют несколько практических рекомендаций для защиты от манипулирования. К ним относятся:

- 1) Заявите манипулятору о том, что его цели раскрыты. Прямо откажитесь.
- 2) Сделайте вид, что ни о чем не догадываетесь, при этом добивайтесь собственной цели (встречная манипуляция).
- 3) Нейтрализуйте манипуляцию, используя определенные контрприемы (противостояние манипуляции).
- 4) Игнорируйте манипулятивное воздействие, просьбу, не обращайтесь внимание. Можно прервать общение, избегать данного человека в дальнейшем.
- 5) Укрепляйте свою самооценку. То есть верьте в свои силы, способности, изучайте собственные реальные достоинства и недостатки, стремитесь к реальным целям, принимайте и запоминайте комплименты и похвалы, фиксируйте все свои достижения и спокойно отмечайте ошибки, чтобы превратить их в полезный опыт.
- 6) Понимайте свои желания и интересы. Если будете четко знать, чего и как вам хочется, знать свои приоритеты, вас будет сложно сбить манипуляциями с пути.
- 7) Не поддаваться на провокацию.
- 8) Внимательно, относиться к услышанному и подвергать все анализу.
- 9) Демонстрировать уверенное поведение, чтобы даже мысли не возникало манипулировать вами. Например, покажите манипулятору, что вам все равно, если на вас обижаются, и вы не побежите догонять, если он захочет уйти.

Оцените данные рекомендации. Какие рекомендации, на Ваш взгляд, являются наиболее важными и эффективными? Приведите примеры того, каким образом данные рекомендации можно использовать в целях противодействия манипулированию.

Лист регистрации изменений к РПД

	Номер протокола заседания кафедры, дата утверждения изменения	Количество страниц изменения	Подпись разработчика РПД
3	Практическая подготовка обучающихся. Основание: Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г. № 885/390 "О практической подготовке обучающихся"	4	
4	Актуализация литературы	1	