

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

Кафедра «Философия и культурология»

7.00



УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор

И.В. Макурин

20/18 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций»

основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров
по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения

очно-заочная

Технология обучения

традиционная

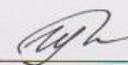
Комсомольск-на-Амуре, 2018

Автор рабочей программы
доцент кафедры «Философия и культу-
рология», канд. культурологии

 Тимофеева И.Ю.
« 24 » 01 2017г.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки

 И.А. Романовская
« 25 » 01 2017г.

Заведующий кафедрой «Философия и
культурология»

 Д.В. Новиков
« 24 » 01 2017г.

Декан факультета «ФЗДО»

 М.В. Семибратова
« 25 » 01 2017г.

Начальник УМУ

 Е.Е. Поздеева
« 26 » 01 2017г.

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 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Практическая подготовка реализуется на основе Профессионального стандарта 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». ТФ 3.2.4: контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Необходимые умения: 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	Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций

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		

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
-	-	-
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, соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4-3 Владеет навыками использования социологического инструментария для исследования целевой аудитории</p>	<p>Знать теоретические и практические основы социологии массовых коммуникаций, роль и место коммуникации в обществе, а также характер воздействия, оказываемого ею на сознание индивидов и социальных групп; психологическую сущность и особенности протекания отдельных явлений и процессов массовой коммуникации Уметь проводить эмпирические исследования процесса коммуникации (медиаметрия, социометрия), анализ текстов коммуникации, определять тип и характер толпы как феномена массовой коммуникации, психологические эффекты средств массовой коммуникации (телевидения, радио, интернета, прессы). Владеть навыками использования в профессиональной деятельности теоретических и практических знаний основ социологии и психологии массовых коммуникаций</p>
Профессиональные		

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
-	-	-

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 необходимы знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин Социология, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Социология и психология массовых коммуникаций», будут востребованы при прохождении Производственной практики (профессионально-творческая).

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	16
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и	10

Объем дисциплины	Всего академических часов
иные аналогичные занятия) в том числе в виде практической подготовки	4
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	128
Промежуточная аттестация обучающихся – Экзамен	36

**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)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1 Социология массовых коммуникаций				
Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина. Социологические методы исследования МК.	2			16
СМИ и реклама как социальные институты. Средства массовой информации, общественное мнение и социальные проблемы.	2			16
СМИ и реклама: типы взаимодействия с аудиторией. Динамика аудитории традиционных СМИ и новых медиа		2		16
Механизмы и эффекты воздействия СМК на целевые аудитории.		2*		16

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 2 Психология массовых коммуникаций				
Введение в психологию массовых коммуникаций: предмет и теоретико-методологические основы. Теория коммуникации в социальной психологии	2			16
Психология слухов в массовых коммуникационных процессах. Психология массового поведения		2		16
Методы анализа, контент анализ в массовых коммуникациях		2		16
Манипулятивные методы воздействия в массовых коммуникационных процессах		2*		16
ИТОГО по дисциплине	6	10		128

* 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	50
Подготовка и оформление контрольной работы	28
	128

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (мо- дулю)

Таблица 4 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируе- мая компе- тенция	Наименова- ние оценочного средства	Показатели оценки
Социология массо- вых коммуникаций	ОПК-4	Семинар- ское занятие	Знание основных по- нятий и терминов ри- торики, грамотное и логичное выстраива- ние ответа на вопросы семинара и задания, умение аргументиро- вать свою точку зре- ния по дискуссионным вопросам.
		Контрольная работа	Даны исчерпывающие ответы на все вопросы контрольной работы
		Экзамен	Верный исчерпываю- щий ответ на вопрос экзамена
Психология массо- вых коммуникаций	ОПК-4	Семинар- ское занятие	Знание основ построе- ния публичной речи, дискуссии грамотное и логичное выстраива- ние ответа на вопросы семинара и задания, умение грамотно и корректно участвовать в процессе ведения спора, дискуссии
		Контрольная работа	Даны исчерпывающие ответы на все вопросы контрольной работы
		Экзамен	Верный исчерпываю- щий ответ на вопрос экзамена

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 Экзамен</i>				
	Семинарское занятие	В течение семестра	5 баллов за занятие. Максимальное количество баллов 25	5 баллов ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. 4 балла ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для 5 баллов, но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого. 3 балла ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				ошибки в языковом оформлении излагаемого. 2 балла ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
	Контрольная работа		25 баллов	5 баллов - студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 4 балла - студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 3 балла - студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 2 балла - при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 0 баллов – студент не предоставил выполненное задание
	Текущий контроль:	-	50 баллов	-
	Экзамен:	-	50 баллов	-

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
	ИТОГО:	-	100 баллов	-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)				

Задания для текущего контроля

Вопросы к семинарам

Семинар 1. СМИ и реклама: типы взаимодействия с аудиторией. Динамика аудитории традиционных СМИ и новых медиа.

1. Влияние социально-политической ситуации на типы взаимодействия СМИ и аудитории. Субъектно-субъектный и субъектно-объектный типы взаимодействия.
2. Рейтинги как показатель массовой популярности контента. Индивидуальное, групповое и массовое в контенте СМИ.
3. Способы изучения массового сознания с целью формирования рекламных сообщений. Сознание и подсознание – как с ними работает реклама. Формирование рекламного языка и клипового сознания.

Семинар 2. Механизмы и эффекты воздействия СМК на целевые аудитории.

1. Периодизация и типология исследований массовой коммуникации. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества.
2. Массовые СМИ как социализирующие агенты. Теории социального научения и культивирования. Обучение социальным ролям и моделям поведения.

3. Масс-медиа и политическая социализация, политические ценности и поведение. Непреднамеренные эффекты.

4. Искажение картины мира в виртуальном пространстве СМИ. Провоцирование девиантного поведения или «разрядка напряжения» - обзор современных дискуссий.

Семинар 3. Психология слухов в массовых коммуникационных процессах. Психология массового поведения.

1. Психология слухов. Слухи как социально-психологическое явление. Слухи как форма выражения массовых настроений и общественного мнения. Типология слухов.

2. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов. Социальная роль и предназначение слухов. Закон Г. Олпорта – Л. Постмэна. Факторы, влияющие на содержание и характер функционирования слухов.

3. Массовое стихийное поведение в социальной психологии. Понятие массового поведения людей.

4. Психология толпы и ее характеристики. Психологические факторы существования толпы.

5. Механизмы стихийного поведения. Массовая паника и условия ее возникновения.

Семинар 4. Методы анализа, контент анализ в массовых коммуникациях

1. Объективная необходимость анализа массовых коммуникаций. Методы анализа массовых коммуникаций: общая характеристика. Контент-анализ.

2. Методы анализа текстов политических лидеров. Анализ слухов. Пропагандистский анализ. Модели пропагандистской коммуникации.

3. Сущность контент-анализа. Использование контент-анализа для изучения социальных оценок событий, анализа пропаганды, методов журналистики, арсеналов средств массовой коммуникации в психологических и психоаналитических исследованиях. Качественный и количественный анализ при обработке текстов.

Семинар 5. Манипулятивные методы воздействия в массовых коммуникационных процессах

1. Общие свойства средств массовой коммуникации (диахронность, диатопность, мультиплицирование, simultaneity, репликация).

2. Характеристика информационно-психологических возможностей средств массовой коммуникации и их специфика.

3. Эффективность массовой коммуникации посредством обратной связи. Понятие манипуляции. Психологические механизмы и способы манипулирования общественным мнением. Характеристика методов манипуляции.
4. Проблемы противодействия манипуляциям через средства массовой информации и коммуникации.
5. Этический кодекс специалиста по связям с общественностью.

Практические задания и упражнения

Примерный комплект заданий и упражнений для проведения практических занятий (реализуется в форме практической подготовки)

1. Дать характеристику структуры процесса коммуникации на примере Интернет-ресурса (электронные СМИ, блоги).
2. Привести примеры использования метафор в текстах сообщений СМИ и политической рекламе (статьи, телевизионные сюжеты, агитационные плакаты, политические анекдоты, комиксы, демотиваторы).
3. Проследить передачу одного и того же сообщения разными каналами коммуникации, выявить особенности, определить преимущества и степень воздействия на аудиторию.
4. На основании анализа содержания материалов массовой политической коммуникации ответьте на вопросы:
Какие виды мифологизированных образов героев или врагов используются в материалах СМИ? На какую аудиторию они рассчитаны? Попробуйте сформулировать собственную позицию по поводу возможностей и ограничений использования мифологических образов и категорий в политике. Сконструируйте мифологический образ политического актора.

Примерные задания контрольной работы

По курсу «Социология и психология массовых коммуникаций» необходимо выполнить одну контрольную работу. В контрольной работе – 3 вопроса. Номер вопроса контрольной работы студент выбирает по последней цифре в зачетной книжке. Например, номер 3 подразумевает ответы на вопросы: 3, 13, 23. Контрольная работа должна сопровождаться списком использованных источников, на основании которого выполняются задания. При ответе на некоторые вопросы, студенту можно воспользоваться Интернет-ресурсами, указав их в соответствии с правилами оформления в списке использованных источников.

Главная задача студента – дать исчерпывающие ответы на вопросы контрольной работы.

Структура контрольной работы. Контрольная работа должна обязательно содержать следующие структурные части:

- титульный лист;
- вариант контрольной работы;
- ответы на вопросы контрольной работы (с обязательным указанием формулировки вопроса);
- список использованных источников, который должен содержать не менее трех источников.

Оформление и порядок сдачи контрольной работы. Оформление контрольной работы должно соответствовать требованиям РД ФГБОУ ВПО «КНАГТУ» 013-2016 «Текстовые студенческие работы. Правила оформления».

Контрольная работа выполняется в печатном виде на листах формата А4. Страницы работы нумеруются, шрифт 14 Times New Roman, полуторный интервал. В контрольной работе не допускаются пропуски вопросов, сокращения и исправления. Работа должна быть сдана не позднее, чем за 10 дней до начала сессии. Работа сдается на проверку в электронном виде через личный кабинет студента на сайте КНАГУ.

Оценка контрольной работы. Контрольная работа оценивается преподавателем по пятибалльной системе оценивания. Если работа не соответствует предъявляемым к ней требованиям, оформлена не по стандарту, опущены задания, отсутствует оформленный список использованных источников, а также если большинство заданий выполнено неправильно, то контрольная работа возвращается студенту на доработку. При ее доработке необходимо учитывать все замечания, изложенные преподавателем в рецензии. Время проверки контрольной работы преподавателем – две недели. Без зачтенной контрольной работы студенты не допускаются к зачету по дисциплине.

Варианты контрольной работы

Вариант 1

1. Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Опишите структурные компоненты коммуникации: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).
2. Каковы основные звенья коммуникативного процесса? Отобразите их графически.
3. В чем заключается протекание процесса коммуникации? Какие внутренние процессы в нем используются?
4. Аргументация в коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
5. Понятие социологической доминанты коммуникации.

Задание 1:

Предложите список нормативно-правовых актов, касающихся деятельности средств массовой информации в России. Перечислите в хронологическом порядке профессиональные кодексы этики в области связей с общественностью. Кто явился их разработчиком?

Задание 2:

Составьте презентацию в формате Power Point, в которой отразите тезисно, но полно следующую информацию: Эволюция представлений социологов о роли СМК в жизни общества и индивида. Первый этап анализа взаимоотношений общества и СМК. Одноступенчатая модель коммуникации. Двухступенчатая модель коммуникации. Гипотеза Э. Ноэль-Нойманн: «спираль умолчания». Плюрализм эмпирических моделей. Отечественная социология СМК. Советский период. Социология СМК новой России.

Объем презентации – 25-30 слайдов.

Задание 3:

Предложите рекомендации по эффективному ведению переговоров для коммерческой организации. Обоснуйте свои предложения.

Вариант 2.

Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Общенаучные принципы изучения социальной коммуникации: исторический, структурный, функциональный, системный и др.
2. Частнонаучные методы исследования.
3. Конкретные методы анализа социальной коммуникации: корреляционный, факторный, дисперсионный.
4. Виды анализа с помощью методов статистики.
5. Социологические методы сбора информации о функционировании коммуникации: опросы (устный – интервью, письменный – анкетирование, наблюдение, экспертные оценки, контент-анализ, дискурс-анализ, фокус-группы и др.).

Задача 1:

Составить сравнительную таблицу социологических методов исследования аудитории коммуникации. Параметры: наименование метода, характеристика, преимущества, недостатки, инструменты. Прим.: объем не менее 2 листов А4.

Задача 2:

Составьте рейтинг наиболее популярных телеканалов среди молодежи и выявите причины их популярности. Для этого проведите опрос среди знакомых. Помимо результата опроса – рейтинга, представьте также опросный лист – какие вопросы были заданы респондентам, чтобы составить рейтинг?

Задача 3:

Проведите контент-анализ СМИ на предмет упоминания в СМИ той или иной организации или фигуры на ваш выбор. В качестве периода анализа выберите конкретную неделю или месяц. Обязательно укажите, какие СМИ были охвачены. Опишите ход и результаты анализа, ответив при этом на вопросы: Сколько раз объект был упомянут в СМИ за исследуемый период? В каком объеме (количество материалов, посвящённых только объекту, количество материалов общей тематики с упоминанием объекта)? Количество положительных и негативных материалов об объекте. Сделайте общий вывод о характере позиционирования в СМИ выбранного объекта.

Задания для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Социология массовых коммуникаций как научная дисциплина. Социологические методы исследования МК.
2. СМИ и реклама как социальные институты. Средства массовой информации, общественное мнение и социальные проблемы.
3. Цели и задачи психологии массовой коммуникации.
4. Понятие массовой коммуникации.
5. Методы психологии массовой коммуникации.
6. Периодизация и типология исследований массовой коммуникации. Современные подходы к исследованию эффектов массовой коммуникации на уровне группы, общества.
7. Массовые СМИ как социализирующие агенты. Теории социального научения и культивирования. Обучение социальным ролям и моделям поведения.
8. Масс-медиа и политическая социализация, политические ценности и поведение. Непреднамеренные эффекты.
9. Искажение картины мира в виртуальном пространстве СМИ.
10. Психологическая структура социальной установки. Функции социальной установки.
11. Понятие стереотипа и его роль в коммуникативном процессе.
12. Типология стереотипов.
13. Роль и значение национального стереотипа в массовых коммуникационных процессах.
14. Роль социальных потребностей в коммуникативном процессе.
15. Социальный интерес как одна из основ массовых коммуникаций.
16. Механизм обращения аудитории к средствам массовой информации.
17. Понятие манипуляции. Методы манипулирования СМИ общественным сознанием. Факторы эффективности манипулирования СМИ массовым сознанием.

18. Сущность феномена слухов. Классификация слухов. Факторы возникновения слухов.

19. Особенности произвольного и стихийного поведения людей. Факторы массовой паники. Психологические механизмы развития паники.

20. Место рекламы в массовых коммуникационных процессах. Основные закономерности восприятия рекламы. Механизмы психологического воздействия рекламы.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 443 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468761> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 231 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/469805> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 221 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/472780> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

4. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. – 164 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/102134.html> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

5. Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 193 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/450965> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

6. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. – 303 с. // Znaniyum.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znaniyum.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 264 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/476595> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Душкина, М. Р. Психология влияния в социальных коммуникациях: психологическое воздействие – методы и технологии : монография / М. Р. Душкина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 213 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/476821> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
3. Социология массовых коммуникаций. Ч.1 : учебное пособие / составители С. В. Кардинская. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. – 180 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/102967.html> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
4. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 603 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/425831> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

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

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4378 эбс ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0006 001 6311 000 от 17 апреля 2020г.
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/13 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0005 001 6311 000 от 27 марта 2020г.
3. Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) 8 Договор № ЕП 44//12 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 20 1 2727000769 270301001 0008 001 6311 000 от 02 марта 2020г.

8.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

(модуля)

1 Единое окно доступа к образовательным ресурсам // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] <http://window.edu.ru/>.

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

Таблица 7 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
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 важнейшему 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)

10.3 Учебно-лабораторное оборудование

Отсутствует

10.4 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:

1. Психология слухов в массовых коммуникационных процессах. Психология массового поведения
2. Методы анализа, контент анализ в массовых коммуникациях

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 производится 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.

