

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 18.09.2023 14:36:43  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**

**«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ**

**УТВЕРЖДАЮ:**

И.о.декана

Факультета психологии

\_\_\_\_\_/Веракса А.Н./

«22» июня 2023 г

**Рабочая программа дисциплины  
Психология массовых коммуникаций**

**Укрупненная группа специальностей  
37.00.00 Психологические науки**

**Направление подготовки 37.03.01 Психология  
(уровень бакалавриат)**

**Направленность (профиль):  
«Психология в социальной и образовательной сферах»**

**Формы обучения: очная, очно-заочная**

**Москва**

Рабочая программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций». Направление подготовки [37.03.01](#) Психология, направленность (профиль): «Психология в социальной и образовательной сферах» / сост. Н.И. Никитина. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 56 с.

Рабочая программа дисциплины «Психологии массовых коммуникаций» составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки [37.03.01](#) Психология, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июля 2020 г. № 839 и Профессионального стандарта «Психолог в социальной сфере» от «18» ноября 2013 г. № 682н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «25» декабря 2013 г., регистрационный № 30840), Профессионального стандарта «Педагог-психолог (психолог в сфере образования)» от «24» июля 2015 г. № 514н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации «18» августа 2015 г., регистрационный № 38575).

Разработчики: доктор педагогических наук, профессор, Н.И. Никитина.  
Толстикова Светлана Николаевна, доктор  
Ответственный рецензент: психологических наук, профессор,  
МГПУ профессор кафедры психологическое образование  
(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общей психологии и педагогики 09.06.2023 протокол №4

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /к.п.н. Н.В. Автимонова  
(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /О.Е. Степкина  
(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование компетенций обучающегося как способности и готовности продуктивно решать профессиональные задачи на основе знания и опыта в сфере психологии массовых коммуникаций.

Задачи, решаемые в ходе освоения программы дисциплины:

- сформировать систему знаний в сфере психологии массовых коммуникаций;
- сформировать умения применять знания и опыт в сфере психологии массовых коммуникаций для решения профессиональных задач;
- развивать у обучающихся навыки самообразовательной деятельности в сфере теории и практики психологии массовых коммуникаций.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
Системное и критическое мышление	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>ИУК-1.1.</b> Знает теоретические основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач</p> <p><b>ИУК-1.2.</b> Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними</p> <p><b>ИУК-1.3.</b> Владеет навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач; критической оценки надежности источников информации; владеет опытом практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p><b>ИУК-5.1.</b> Знает способы социального взаимодействия с учетом культурных традиций и норм; закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контекстах; знает теоретические основы анализа исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, теоретические основы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия, теоретические основы эффективного социального партнерства, междеpartmentального и межкультурного взаимодействия</p> <p><b>ИУК-5.2.</b> Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с учетом этнокультурных особенностей; проявлять уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, проводить анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия</p> <p><b>ИУК-5.3.</b> Владеет опытом практических действий в сфере анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; владеет методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения</p>
Психолого-педагогическое сопровождение	ПК-1	Психологическое просвещение субъектов образовательного процесса А/06.7	<b>ИПК-1.16. Знать:</b> задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся; формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся;

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
			<p>основы педагогики, формы и способы обучения взрослых участников образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся</p> <p><b>ИПК-1.17. Уметь:</b> осуществлять психологическое просвещение педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития детей и обучающихся; разрабатывать и реализовывать программы повышения психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся; применять методы педагогики взрослых для психологического просвещения субъектов образовательного процесса, в том числе с целью повышения их психологической культуры; владеть навыками преподавания, ведения дискуссий, презентаций</p> <p><b>ИПК-1.18. Владеть:</b> навыками ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста; навыками информирования субъектов образовательного процесса о формах и результатах своей профессиональной деятельности; навыками ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития ребенка (в рамках консультирования, педагогических советов); навыками ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации; владеть навыками просветительской работы с родителями (законными представителями) по принятию особенностей поведения, миропонимания, интересов и склонностей, в том числе одаренности ребенка; навыками информирования о факторах, препятствующих развитию личности детей, воспитанников и обучающихся о мерах по оказанию им различного вида психологической помощи; навыками ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты)</p>
Психолого-педагогическая помощь	ПК-2	<p>Психологическое просвещение субъектов образовательного процесса в области работы по поддержке лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации</p> <p>В/01.7</p>	<p><b>ИПК-2.1. Знать:</b> задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; основы педагогики, формы и способы обучения взрослых субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;</p> <p><b>ИПК-2.2. Уметь:</b> осуществлять психологическое просвещение педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; информировать</p>

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
			<p>субъектов образовательного процесса о факторах, препятствующих развитию личности лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; разрабатывать и реализовывать образовательные программы по повышению психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; владеть навыками преподавания, проведения дискуссий, презентаций</p> <p><b>ИПК-2.3. Владеть:</b> навыками ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; навыками ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, а также родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации (в рамках консультирования, педагогических советов); навыками осуществления просветительской работы с родителями (законными представителями) лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; навыками ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации; навыками оказания помощи в формировании психологической культуры субъектов образовательного процесса; владеть навыками оказания помощи в сохранении и укреплении психологического здоровья лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; владеть навыками ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты)</p>
Психологические услуги	ПК-3	<p>Организация работы по созданию системы психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы А/07.7</p>	<p><b>ИПК-3.19. Знать:</b> задачи, решаемые конкретными органами и организациями социальной сферы; социальную психологию, психологию малых групп; национальные и региональные особенности быта и семейного воспитания (народные традиции, этнокультурные и конфессиональные особенности воспитания); психологию семьи, консультирования семьи, кризисов семьи; проблемы социализации, социальной адаптации и дезадаптации, характеристики социальной среды; современные направления молодежных движений; основы безопасности жизнедеятельности человека и окружающей среды; психологию кризисных состояний, психологию экстремальных ситуаций, психологию горя, потери, утраты; документооборот</p> <p><b>ИПК-3.20. Уметь:</b> анализировать обращения и запросы населения, органов и организаций социальной сферы для корректировки программ психологического просвещения;</p>

Категория (группа) компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
			<p>разрабатывать и согласовывать регламенты с органами и организациями социальной сферы; использовать результаты мониторинга психологической безопасности и комфортности среды при разработке плана психологического просвещения и проведения информационных консультаций; подбирать и разрабатывать инструментарий для оценки результативности работы по психологическому просвещению и возможностям оказания психологических услуг; использовать разные формы и методы психологического просвещения, в том числе активные методы (игры, упражнения, тренинги); грамотно, доступно любым слоям населения излагать информацию о психологических услугах; создавать наглядные материалы для психологического просвещения; преодолевать коммуникативные, образовательные, этнические, конфессиональные и другие барьеры в проведении психологического просвещения; оценивать результативность психологического просвещения, не нарушая этических норм и прав человека; владеть современными технологиями работы с информацией, сетевыми ресурсами, информационными системами и программами; вести документацию и служебную переписку</p> <p><b>ИПК-3.21. Владеть:</b> навыками разработки плана психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы; навыками доведения до сведения государственных и муниципальных органов, организаций социальной сферы информации о перечне психологических услуг и возможности их получения; навыками разработки рекомендаций для работников органов и организаций социальной сферы по психологическому просвещению с учетом конкретных задач, решаемых ими; навыками организации волонтерских проектов и программ, ориентированных на повышение мотивации в получении психологической помощи; навыками подготовки для СМИ информации о психологических услугах в социальной сфере (ролики, передачи на теле- и радиоканалах и т.д.); навыками проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг; привлечения к психологическому просвещению граждан, успешно завершивших программы психологической помощи; навыками обобщения и оценки результатов работы по психологическому просвещению в целях формирования рекомендаций для ее совершенствования; навыками учета проведенных работ</p>

### РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» изучается в 7 семестре, относится к Блоку Б.1 «Дисциплины (модули)», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е.

Для успешного освоения данной дисциплины обучающиеся должны освоить следующие дисциплины: «Правовые и этические основы практической психологии», «Управление проектами», «Общая психология», «Теория и методы организации психологического исследования», «Психология личности», «Социальная психология», «Девиянтология», «Педагогика и психодидактика», «Психология развития и возрастная психология», «Психология труда и делового общения», «Социология», «Психология и педагогика семейных отношений», «Педагогическая психология с практикумом», «Психология здоровья», «Гендерология», «Командный менеджмент».

Знания, умения, навыки, опыт практической деятельности, приобретенные при освоении настоящей дисциплины, необходимы для успешного освоения следующих дисциплин: «Психологическое сопровождение родительства», «Работа психолога в мультидисциплинарных командах специалистов», «Андрагогика», а также при прохождении всех типов производственной практики.

**РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ**  
**(ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

**Трудоёмкость дисциплины и виды учебной работы**  
**(очная форма обучения)**

З.е.	Всего часов	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по курсовой работе			
			Лабораторные	Практические/семинарские				
<b>7 семестр</b>								
3	108	20	-	52	-	-	34	2 Зачет с оценкой
<b>Всего по дисциплине</b>								
3	108	20	-	52	-	-	34	2

**(очно-заочная форма обучения)**

З.е.	Всего часов	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур.раб.	Иная СР	Контроль
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по курсовой работе			
			Лабораторные	Практические/семинарские				
<b>7 семестр</b>								
3	108	20	-	52	-	-	32	4 Зачет с оценкой
<b>Всего по дисциплине</b>								
3	108	20	-	52	-	-	32	4

**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>		
<b>1</b>	Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций	Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Вклад данных наук в психологию массовых коммуникаций. Предметное поле психологии массовых коммуникаций. Задачи и направления медиапсихологических исследований. История становления и развития исследования массовых коммуникаций. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований. Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации. Особенности межличностной,

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
		<p>классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица». Многоступенчатое влияние массовой коммуникации. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.). Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения: теории «дефицита» и «возможностей»; теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.</p>
2	Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	<p>Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический). Методы исследования массовых коммуникаций. Медиаметрия. Рейтинг. Опрос. Интервью. Беседа. Тесты. Эксперимент. Контент-анализ. Дневниковые записи. Групповые дискуссии. TV-метрия. Дискурс-анализ. Метод фокус-групп. Мета-анализ. Метод семантического дифференциала. Организация и программа исследований массовых коммуникаций.</p>
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>		
3	Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен	<p>СМИ, СМК и массмедиа: дифференциация понятий. Возникновение и развитие средств массовой информации и коммуникации. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций. Основные характеристики массовых коммуникаций. Социально-психологические функции медиа в современном обществе. Медиа как агент социализации. Теории социализации и эффекты воздействия СМК. Роль медиа в социальном конструировании реальности. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.</p>
4	Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	<p>Понятия «медиавоздействие» и «эффекты массмедиа». Феномен медиавоздействия. Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиавоздействия. Сложность и многоплановость эффектов медиавоздействия. Цели воздействия, скорость, степень влияния и осознания степени медиавоздействия. Основные теоретические и практические направления в исследовании медиавоздействий. Теоретическая и практическая значимость исследований медиавоздействия. История развития исследований медиавоздействия. Развитие идей о влиянии массмедиа. Периодизация и типология исследований воздействия средств массовой коммуникации. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория «гипериндивидуалистической аудитории»). Особенности основных этапов в изучении эффектов СМИ. Теоретическая и практическая значимость исследований эффектов медиавоздействия. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа. Типология эффектов. Способы оценки СМИ: оценка содержания, оценка продолжительности воздействия, оценка последствий.</p>



№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
		<p>Долгосрочные/краткосрочные. Планируемые/непланируемые. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях: индивидуальный отклик; индивидуальная реакция; коллективная реакция; распространение инноваций; социальный контроль. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Теории медиаэффектов. Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Механизмы психологической защиты (вытеснение, проекция и рационализация) и их проявления в массовой коммуникации.</p>
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>		
5	Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации	<p>Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия. Категория продвижения в междисциплинарных исследованиях. Продвижение медиапроектов как социально-психологический феномен. Условия, факторы, стратегии и каналы продвижения медиапроектов. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию (заражение, внушение, убеждение, научение, рекламные манипулятивные техники и стратегии, PR, общественное мнение, эпатажность, мифологизация, виртуализация, сенсационность). Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально - убеждающие, эмоционально - побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.). Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории. Медиапотребление как результат деятельности продвижения (повышение первоначальной ценности товара без улучшения исходной качества товара). Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный). Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий. Восприятие коммуникатора аудиторией. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа.</p>
6	Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как	<p>Массмедиа и общество. Массмедиа как социальный институт. Массмедиа в системе социальных институтов. Массмедиа как система социальных институтов. Массмедиа как средство интеграции</p>

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
	социальные институты	и стабилизации социальной системы. Медиа как социальная реальность и особый вид социальной деятельности. Массмедиа как «четвертая власть». Функции массмедиа в качестве социального института. Массмедиа как институциональная область и мезаканал социализации. Массмедиа и манипулятивные практики в системе коммуникации. Массмедиа как фактор организации досуга. Имиджевые психотехники в пространстве медиа. Роль массмедиа в трансляции имидж формирующей информации. Роль массмедиа в трансляции культурных образцов. Влияние детских образовательных телевизионных передач на когнитивные навыки и знания о мире. Влияние развлекательных компьютерных игр на когнитивные навыки. Виды и влияние серьезных компьютерных игр на когнитивные, личностные и профессиональные навыки. Виды и влияние онлайн курсов на знания. Мультиаскинг как помеха для обучения. Определение понятия общественного мнения как социального института. Психологический подход к анализу общественного мнения как социального института. Функционирование общественного мнения как социального института и границы его управляемости. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными и др.). Общественное мнение в социальном и государственном управлении. Диагностика общественного мнения как элемент коммуникации. Взаимосвязь общественного мнения, средств массовой информации и коммуникации.

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам/темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля очная форма обучения**

Разделы / Темы	Контактная работа				Часы СР на подготовку кур. р.	Иная СР	Конт роль	Всего часов
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		Контактная работа по кур.р				
		Лаб.р	Прак. /сем.					
<b>7 семестр</b>								
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>	<b>6</b>	-	<b>12</b>	-	-	<b>10</b>	-	<b>28</b>
Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций	2	-	6	-	-	5	-	13
Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	4	-	6	-	-	5	-	15
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>	<b>6</b>	-	<b>20</b>	-	-	<b>14</b>	-	<b>40</b>
Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен	2	-	10	-	-	7	-	21
Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	4	-	10	-	-	7	-	19
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>	<b>8</b>	-	<b>26</b>	-	-	<b>10</b>	-	<b>38</b>

Разделы / Темы	Контактная работа			Часы СР на подгот овку кур. р.	Иная СР	Конт роль	Всего часов	
	Заняти я лекцио нного типа	Занятия семинарского типа						Контак тная работа по кур.р
		Лаб.р	Прак. /сем.					
Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации	4	-	10	-	-	5	-	19
Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	4	-	6	-	-	5	-	19
Зачет с оценкой	-	-	-	-	-	-	2	2
<b>72</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>68</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>108</b>

**Перечень разделов (модулей), тем дисциплины и распределение учебного времени по разделам/темам дисциплины, видам учебных занятий (в т.ч. контактной работы), видам текущего контроля очно-заочная форма обучения**

Разделы / Темы	Контактная работа			Часы СР на подгот овку кур. р.	Иная СР	Конт роль	Всего часов	
	Заняти я лекцио нного типа	Занятия семинарского типа						Контак тная работа по кур.р
		Лаб.р	Прак. /сем.					
<b>7 семестр</b>								
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>28</b>
Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций	2	-	6	-	-	5	-	13
Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	4	-	6	-	-	5	-	15
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>	<b>40</b>
Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен	2	-	10	-	-	7	-	21
Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	4	-	10	-	-	7	-	19
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>38</b>
Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации	4	-	5	-	-	5	-	19
Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	4	-	5	-	-	5	-	19
Зачет с оценкой	-	-	-	-	-	-	2	2
<b>Итого</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>68</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>108</b>

## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очной формы обучения**

### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### 7 семестр

#### **Тема № 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций**

##### ***Семинары***

##### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Вклад данных наук в психологию массовых коммуникаций.
2. Предметное поле психологии массовых коммуникаций. Задачи и направления медиапсихологических исследований.
3. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли.
4. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
5. Современное состояние медиапсихологических исследований.
6. Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации.
7. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации.
8. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория.
9. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица».
10. Многоступенчатое влияние массовой коммуникации.
11. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.).
12. Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения: теории «дефицита» и «возможностей»; теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

#### **Тема № 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций**

## **Семинары**

### **Вопросы для обсуждения:**

1. Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический).
2. Методы исследования массовых коммуникаций.
3. Медиаметрия.
4. Рейтинг.
5. Опрос. Интервью. Беседа.
6. Тесты. Эксперимент.
7. Контент-анализ.
8. Дневниковые записи.
9. Групповые дискуссии.
10. TV-метрия.
11. Дискурс-анализ.
12. Метод фокус-групп.
13. Мета-анализ.
14. Метод семантического дифференциала.
15. Организация и программа исследований массовых коммуникаций.

#### Литература:

##### Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

##### Дополнительная

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>
2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **Тема № 2.1. Массмедиа как психологический феномен**

### **Семинары**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. СМИ, СМК и массмедиа: дифференциация понятий.
2. Возникновение и развитие средств массовой информации и коммуникации.
3. Классификация медиа.
4. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа.
5. История эмпирического изучения массмедиа.
6. Теории и модели массовых коммуникаций.
7. Основные характеристики массовых коммуникаций.
8. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
9. Медиа как агент социализации.
10. Теории социализации и эффекты воздействия СМК.
11. Роль медиа в социальном конструировании реальности.
12. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.

#### Литература:

##### Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

##### Дополнительная

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **Тема № 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования**

### **Семинары**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Понятия «медиавоздействие» и «эффекты массмедиа». Феномен медиавоздействия.
2. Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиавоздействия.
3. Сложность и многоплановость эффектов медиавоздействия.
4. Цели воздействия, скорость, степень влияния и осознания степени медиавоздействия.
5. Основные теоретические и практические направления в исследовании медиавоздействий.
6. Теоретическая и практическая значимость исследований медиавоздействия.
7. История развития исследований медиавоздействия.
8. Развитие идей о влиянии массмедиа.
9. Периодизация и типология исследований воздействия средств массовой коммуникации.
10. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория «гипериндивидуалистической аудитории»).
11. Особенности основных этапов в изучении эффектов СМИ. Теоретическая и практическая значимость исследований эффектов медиавоздействия.
12. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа.
13. Типология эффектов.
14. Способы оценки СМИ: оценка содержания, оценка продолжительности воздействия, оценка последствий. Долгосрочные/краткосрочные. Планируемые/непланируемые.
15. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях: индивидуальный отклик; индивидуальная реакция; коллективная реакция; распространение инноваций; социальный контроль. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию.
16. Теории медиаэффектов. Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д.
17. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения).
18. Механизмы психологической защиты (вытеснение, проекция и рационализация) и их проявления в массовой коммуникации.

#### **Литература:**

##### **Основная**

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

##### **Дополнительная**

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **Тема № 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации**

### **Семинары**

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Аудитория как объект и субъект коммуникации.
2. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая).
3. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медикоммуникативного взаимодействия.

4. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.).
5. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.
6. Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный).
7. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения).
8. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий).
9. Восприятие коммуникатора аудиторией.
10. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов.
11. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа.
12. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории.
13. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа.
14. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками.
15. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.).
16. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа.
17. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа.

#### Литература:

##### Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

##### Дополнительная

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

### **Тема № 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные университеты**

#### **Семинары**

##### **Вопросы для обсуждения:**

1. Массмедиа и общество. Массмедиа как социальный институт. Массмедиа в системе социальных институтов. Массмедиа как система социальных институтов. Массмедиа как средство интеграции и стабилизации социальной системы.
2. Медиа как социальная реальность и особый вид социальной деятельности. Массмедиа как «четвертая власть».
3. Функции массмедиа в качестве социального института. Массмедиа как институциональная область и мезаканал социализации.
4. Массмедиа и манипулятивные практики в системе коммуникации. Массмедиа как фактор организации досуга.
5. Имиджевые психотехники в пространстве медиа. Роль массмедиа в трансляции имидж формирующей информации.
6. Роль массмедиа в трансляции культурных образцов.
7. Влияние детских образовательных телевизионных передач на когнитивные навыки и знания о мире.
8. Влияние развлекательных компьютерных игр на когнитивные навыки.
9. Виды и влияние серьезных компьютерных игр на когнитивные, личностные и профессиональные навыки. Виды и влияние онлайн курсов на знания.
10. Мультиаскинг как помеха для обучения.
11. Определение понятия общественного мнения как социального института. Психологический подход к анализу общественного мнения как социального института.

12. Функционирование общественного мнения как социального института и границы его управляемости. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными и др.).
13. Общественное мнение в социальном и государственном управлении.
14. Диагностика общественного мнения как элемент коммуникации. Взаимосвязь общественного мнения, средств массовой информации и коммуникации.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА для очно-заочной формы обучения**

### *Семинарские занятия*

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### 7 семестр

#### **Тема № 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций**

##### ***Семинары***

##### ***Вопросы для обсуждения:***

13. Взаимосвязь психологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Вклад данных наук в психологию массовых коммуникаций.
14. Предметное поле психологии массовых коммуникаций. Задачи и направления медиапсихологических исследований.
15. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли.
16. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
17. Современное состояние медиапсихологических исследований.
18. Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации.
19. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации.
20. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория.
21. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица».
22. Многоступенчатое влияние массовой коммуникации.



23. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.).
24. Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения: теории «дефицита» и «возможностей»; теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **Тема № 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций**

### **Семинары**

#### **Вопросы для обсуждения:**

16. Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический).
17. Методы исследования массовых коммуникаций.
18. Медиаметрия.
19. Рейтинг.
20. Опрос. Интервью. Беседа.
21. Тесты. Эксперимент.
22. Контент-анализ.
23. Дневниковые записи.
24. Групповые дискуссии.
25. TV-метрия.
26. Дискурс-анализ.
27. Метод фокус-групп.
28. Мета-анализ.
29. Метод семантического дифференциала.
30. Организация и программа исследований массовых коммуникаций.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## **Тема № 2.1. Массмедиа как психологический феномен**

### **Семинары**

#### **Вопросы для обсуждения:**

13. СМИ, СМК и массмедиа: дифференциация понятий.
14. Возникновение и развитие средств массовой информации и коммуникации.
15. Классификация медиа.

16. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа.
17. История эмпирического изучения массмедиа.
18. Теории и модели массовых коммуникаций.
19. Основные характеристики массовых коммуникаций.
20. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.
21. Медиа как агент социализации.
22. Теории социализации и эффекты воздействия СМК.
23. Роль медиа в социальном конструировании реальности.
24. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

**Тема № 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования**

**Семинары**

**Вопросы для обсуждения:**

19. Понятия «медиавоздействие» и «эффекты массмедиа». Феномен медиавоздействия.
20. Современные отечественные и зарубежные подходы к пониманию медиавоздействия.
21. Сложность и многоплановость эффектов медиавоздействия.
22. Цели воздействия, скорость, степень влияния и осознания степени медиавоздействия.
23. Основные теоретические и практические направления в исследовании медиавоздействий.
24. Теоретическая и практическая значимость исследований медиавоздействия.
25. История развития исследований медиавоздействия.
26. Развитие идей о влиянии массмедиа.
27. Периодизация и типология исследований воздействия средств массовой коммуникации.
28. Теории взаимодействия средств массовых коммуникаций и аудитории (теории ограниченного, неограниченного влияния, теория социальной ответственности СМИ, постмодернистская теория «гипериндивидуалистической аудитории»).
29. Особенности основных этапов в изучении эффектов СМИ. Теоретическая и практическая значимость исследований эффектов медиавоздействия.
30. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа.
31. Типология эффектов.
32. Способы оценки СМИ: оценка содержания, оценка продолжительности воздействия, оценка последствий. Долгосрочные/краткосрочные. Планируемые/непланируемые.
33. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях: индивидуальный отклик; индивидуальная реакция; коллективная реакция; распространение инноваций; социальный контроль. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию.
34. Теории медиаэффектов. Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д.
35. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения).
36. Механизмы психологической защиты (вытеснение, проекция и рационализация) и их проявления в массовой коммуникации.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>  
Дополнительная
2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>
2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

### **Тема № 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации**

#### **Семинары**

##### **Вопросы для обсуждения:**

18. Аудитория как объект и субъект коммуникации.
19. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая).
20. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия.
21. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.).
22. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.
23. Подходы в выборе СМИ (рациональный, нормативный, межличностный).
24. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения).
25. Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий).
26. Восприятие коммуникатора аудиториями.
27. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов.
28. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа.
29. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории.
30. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа.
31. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками.
32. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.).
33. Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа.
34. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа.

##### **Литература:**

###### **Основная**

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

###### **Дополнительная**

2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>
2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

### **Тема № 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты**

#### **Семинары**

##### **Вопросы для обсуждения:**

15. Массмедиа и общество. Массмедиа как социальный институт. Массмедиа в системе социальных институтов. Массмедиа как система социальных институтов. Массмедиа как средство интеграции и стабилизации социальной системы.
16. Медиа как социальная реальность и особый вид социальной деятельности. Массмедиа как «четвертая власть».
17. Функции массмедиа в качестве социального института. Массмедиа как институциональная область и мезаканал социализации.
18. Массмедиа и манипулятивные практики в системе коммуникации. Массмедиа как фактор организации досуга.
19. Имиджевые психотехники в пространстве медиа. Роль массмедиа в трансляции имидж формирующей информации.
20. Роль массмедиа в трансляции культурных образцов.
21. Влияние детских образовательных телевизионных передач на когнитивные навыки и знания о мире.
22. Влияние развлекательных компьютерных игр на когнитивные навыки.
23. Виды и влияние серьезных компьютерных игр на когнитивные, личностные и профессиональные навыки. Виды и влияние онлайн курсов на знания.
24. Мультиаскинг как помеха для обучения.
25. Определение понятия общественного мнения как социального института. Психологический подход к анализу общественного мнения как социального института.
26. Функционирование общественного мнения как социального института и границы его управляемости. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными и др.).
27. Общественное мнение в социальном и государственном управлении.
28. Диагностика общественного мнения как элемент коммуникации. Взаимосвязь общественного мнения, средств массовой информации и коммуникации.

Литература:

Основная

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная

2. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

## РАЗДЕЛ 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Интерактивные образовательные технологии, используемые на аудиторных практических занятиях

#### Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии	Часы
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском занятии; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	25
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском	25

Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	занятия; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском занятии; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	<b>12</b>

**Интерактивные образовательные технологии,  
используемые на аудиторных практических занятиях**

**Очно-заочная форма обучения**

<b>Наименование разделов, тем</b>	<b>Используемые образовательные технологии</b>	<b>Часы</b>
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском занятии; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	<b>20</b>
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском занятии; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	<b>20</b>
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	Доклады, сопровождаемые презентациями; обсуждение докладов; опрос на семинарском занятии; работа в малых группах; обсуждение эссе; защита рефератов, защита проектов; дискуссии по проблемным вопросам семинара; обсуждение решений профессионально-ориентированных заданий и задач; обсуждение и анализ решения кейсов; дидактические игры; веб-квест; обсуждение «банка мнений»; «аукцион идей»; «круглые столы», деловые игры	<b>18</b>

**Практикум**

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.

**Мини-проект:** *Теоретический анализ сообщений массовой коммуникации*

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации с позиции разных теоретических подходов. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите сообщение массовой коммуникации, которое, с Вашей точки зрения, можно проанализировать с позиции разных теорий;
- выберите три любые теории, объясняющие воздействие классической или современной массовой коммуникации;
- объясните воздействие выбранного сообщения с позиции этих теоретических подходов; поясните свою точку зрения конкретными примерами;
- оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**Мини-проект:** *Планирование обучающего ресурса в массовой коммуникации*

Цель задания – придумать содержание и структуру обучающего ресурса в средствах массовой коммуникации (сайт, серьезную компьютерную игру, серию передач и т.д.). Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- I. определите целевую аудиторию ресурса;
- II. выделите знания и навыки, для формирования которых предназначен ресурс;
- III. разработайте содержание и структуру ресурса для формирования этих знаний и навыков;
- IV. придумайте дополнительные детали, которые повысят эффективность ресурса;
- V. оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
- VI. выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**Мини-проект:** *Анализ влияния массовой коммуникации на социальное поведение*

Цель задания – проанализировать влияние сообщений массовой коммуникации на социальное поведение. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

1. найдите мультфильм или художественный фильм, который, с Вашей точки зрения, может оказать влияние на агрессивные, помогающие или сексуальные представления/поведение;
2. проанализируйте это сообщение и опишите особенности, благодаря которым оно может оказывать влияние на аудиторию;
3. разработайте свой сюжет аналогичного сообщения (мультфильма или художественного фильма), который будет усиливать или ослаблять воздействие предыдущего сообщения;
4. оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
5. выступите с устным сообщением перед своими коллегами.

Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**Мини-проект:** *Анализ социального поведения в Интернете*

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

1. выберите конкретную форму поведения, которую Вы будете анализировать;
  2. найдите в одном источнике (например, в группе в социальной сети, на форуме сообщества и т.д.) пятнадцать сообщений, отражающих выбранную форму поведения;
  3. проанализируйте содержание этих сообщений и сделайте предположения об условиях, способствующих их написанию;
  4. оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
  5. выступите с устным сообщением перед своими коллегами.
- Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**Мини-проект:** *Анализ стереотипов в массовой коммуникации*

Цель задания – проанализировать групповые стереотипы, которые присутствуют в сообщениях массовой коммуникации. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

1. выберите сообщение массовой коммуникации (новости, художественный фильм, мультфильм), которое транслирует стереотипы по отношению к какой-либо социальной группе;
  2. проанализируйте содержание этих стереотипов, объясните, с помощью каких средств они передаются;
  3. предложите сюжет и оформление своего сообщения для изменения этих стереотипов;
  4. оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
  5. выступите с устным сообщением перед своими коллегами.
- Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**Мини-проект:** *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:

- a. в научных статьях найдите две методики, которые используются для измерения любого варианта цифровой зависимости;
  - b. сравните эти методики между собой, опишите сходства и различия;
  - c. сопоставьте содержание этих методик с симптомами зависимости от цифровых технологий;
  - d. оформите свое выступление в виде слайдов, используйте иллюстрации и спецэффекты;
  - e. выступите с устным сообщением перед своими коллегами.
- Задание выполняется индивидуально или рабочей группой (не более 3 человек).

**РАЗДЕЛ 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Самостоятельная работа**

Наименование разделов/тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>                      Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций                      Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p>	<p>Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований. Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория. Осознание</p>

Наименование разделов/тем	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
	<p>влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица». Многоступенчатое влияние массовой коммуникации. Подходы к исследованию массмедиа (общепсихологический, социально-психологический, социологический). Методы исследования массовых коммуникаций. Медиаметрия. Рейтинг. Опрос. Интервью. Беседа. Тесты. Эксперимент. Контент-анализ. Дневниковые записи. Групповые дискуссии. TV-метрия. Дискурс-анализ. Метод фокус-групп. Мета-анализ. Метод семантического дифференциала. Организация и программа исследований массовых коммуникаций.</p>
<p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>  Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен  Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p>	<p>СМИ, СМК и массмедиа: дифференциация понятий. Возникновение и развитие средств массовой информации и коммуникации. Классификация медиа. Современные виды медиа как совокупность самостоятельных видов деятельности (фотожурналистика, журналистика, радио, пресса, телевидение, книгоиздательство, интернет, фотография, кинобизнес). Каналы массмедиа. История эмпирического изучения массмедиа. Теории и модели массовых коммуникаций. Основные характеристики массовых коммуникаций. Социально-психологические функции медиа в современном обществе. Медиа как агент социализации. Теории социализации и эффекты воздействия СМК. Роль медиа в социальном конструировании реальности. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций.</p>
<p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>  Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации  Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>Аудитория как объект и субъект коммуникации. Виды аудитории (потенциальная, реальная, базовая). Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медикоммуникативного взаимодействия. Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Социально-психологические исследования эффективности массмедиа (удовлетворенность аудитории; изменение отношения к определенным событиям, явлениям; изменения в поведении зрителей, слушателей в пространстве определенных событий. Восприятие коммуникатора аудиторией. Процессы массовизации и индивидуализации потребления медиапродуктов. Психология восприятия образов транслируемых массмедиа. Изучение потребностей и личностных ценностей аудитории. Классификация мотивов обращения личности к массмедиа. Прагматическая модель выбора СМИ. Дифференциация аудитории в соответствии с образом жизни и другими социально-психологическими характеристиками. Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Анализ эмпирических исследований восприятия коммуникаторов массмедиа.</p>

### 6.1. Темы эссе<sup>1</sup>

1. Влияние СМК на современное общество.
2. Основные аспекты теории коммуникации.
3. Основные направления исследования массовой коммуникации.
4. Коммуникация в современном обществе.

<sup>1</sup> Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.



5. Кино как коммуникация.
6. Молчание как коммуникация.
7. Танец как коммуникация.
8. Особенности коммуникации в первобытном обществе.
9. Особенности коммуникации в странах Востока.
10. Особенности коммуникации в Древней Греции.
11. Особенности коммуникации в СССР.
12. Эффективность СМК.
13. Проблема свободы слова и прав личности в СМК.
14. Проблема насилия в СМИ.
15. Манипулятивные технологии в системе массовой коммуникации.
16. Формирование российской системы СМИ.
17. Особенности рекламы в разных типах СМИ.
18. Механизмы воздействия на массовое сознание в массовой
19. коммуникации.
20. Оценка влияния СМИ на аудиторию.
21. Характеристика аудитории массовой коммуникации.
22. Международный опыт перехода к информационному обществу.
23. Благотворительность в СМК.
24. Пропаганда как специфический информационный процесс.
25. Роль цензуры в СМК.
26. Роль СМИ в формировании стереотипов общественного сознания.
27. Психологические эффекты СМИ.
28. Социальная реклама в СМИ.
29. Реклама в современной России.
30. История развития ПР за рубежом и в России.
31. Психология ПР-взаимодействий со СМИ.
32. Формирование образа мира с помощью СМК.
33. Проблема психологической безопасности воздействия МК
34. Психологические аспекты интернет-зависимости.
35. Роль развлекательных передач в российском обществе.
36. Феномен телесериала.
37. Особенности и формы мобильной коммуникации.
38. Феномен медиазависимости.
39. Моделирование социально-одобряемого поведения с помощью СМК.
40. Механизмы воздействия на подсознание в МК.
41. Социальные стереотипы в представлениях аудитории.

## **6.2. Примерные задания для самостоятельной работы<sup>2</sup>**

### ***Темы докладов/рефератов:***

1. Теории коммуникативного воздействия.
2. Социально-психологические аспекты условий осуществления массовой коммуникации в потоке информации.
3. Коммуникативное пространство: теория и практика формирования.
4. Коммуникационные сообщества.
5. Связь видео-, аудио- и нарративных рядов медиапродукта.
6. Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия: теория и практика.
7. Медиа-эстетика - желаемое и действительное.
8. Стереотипизация как условие осуществления массовой коммуникации.
9. Анализ стереотипов восприятия социально-значимых событий в телекоммуникации.
10. Реклама как феномен коммуникации.
11. Социальные группы в изображении СМК.

---

<sup>2</sup> Перечень тем докладов/рефератов не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

12. Женщины и мужчины в изображении СМК.
13. Социально-психологическая типология целевых аудиторий СМК.
14. Мораль и СМК: социально-психологические аспекты.
15. Благотворительность и СМК.
16. Культура и СМК.
17. Культурная жизнь и СМК: социально-психологические аспекты.
18. Спорт и СМК.
19. Политика и СМК: социально-психологические аспекты.
20. Насилие и СМК.
21. Секс и СМК.
22. Дети и СМК.
23. Детское телевидение.
24. Бизнес и СМК: социально-психологические аспекты.
25. Шоу-бизнес и СМК.
26. Психологические аспекты применения массовых информационных технологий.
27. Убеждение и внушение в механизме обращения СМК к аудитории.
28. Опыт и воображение в механизме обращения СМК к аудитории.
29. Личностные предпосылки манипулятивного воздействия СМК.
30. Новости как социально-психологический феномен.
31. Клип-стиль: социально-психологическое содержание.
32. Кино как социально-психологический феномен.
33. Особенности восприятия публичного выступления в массовой коммуникации и речевые технологии.
34. Интерактивные ТВ и радио.
35. Психологические механизмы телеинтервью.
36. «Прямая линия» как социально-психологический феномен.
37. «Реальное телевидение» (Real TV) как социально-психологический феномен.
38. Телетекст как канал массовой коммуникации.
39. Сотовая связь как канал массовой коммуникации.
40. Скандал как коммуникативное событие и акт культуры.
41. Кризисные коммуникации.
42. PR-кампания как коммуникативный феномен.
43. Проблема доверия к рекламе. Восприятие рекламного сообщения. Психологические аспекты воздействия рекламы на личность.
44. Формирование эмоциональных состояний путем косвенного суггестивного воздействия (на материале рекламы).
45. Методики исследования имиджа коммуникатора.
46. Исследования имиджа коммуникатора: телеведущие новостных программ.
47. Исследования имиджа коммуникатора: ведущие ТВ ток-шоу.
48. Исследования имиджа коммуникатора: обозреватель газеты, журнала.
49. Исследования имиджа коммуникатора: ди-джеи развлекательных радиостанций.
50. Рейтинги ТВ каналов, радиостанций, журналов, газет, сайтов, передач.
51. Психологические исследования каналов массовой коммуникации.
52. Психографика аудитории.
53. Самопрезентация в коммуникации: письма в редакции.
54. Самопрезентация в коммуникации: пользователи Интернета.
55. Методы измерения психологической эффективности массовой коммуникации.
56. Личностные предпосылки манипулятивного воздействия СМК.
57. Классическое обусловливание поведения аудитории.
58. Инструментальное обусловливание поведения аудитории.
59. Роль групповых факторов в процессе убеждения аудитории.
60. Проявления психологических защитных механизмов в процессе коммуникации.
61. Закономерности массового поведения и реклама.
62. Внутренний мир человека и виртуальная реальность.

## 63. Глобализация и новые аудитории СМК.

### 6.3. Примерные варианты контрольной работы

#### I. Заполните пропуски

1. В массе человек регулирует свои эмоциональные состояния, уменьшает ... эмоции и ... положительные эмоции.
2. В основе возникновения массы лежат индивидуальные потребности в ... .
3. В массе происходит ... — эмоциональное очищение от одних эмоций посредством появления других.
4. Материальная предпосылка возникновения МК – создание ....
5. В рамках человекоцентрированного подхода человек является ....., а в рамках медиацентрированного ... .
6. ... и ... считали МК способом обеспечения духовного контроля над массами.
7. Шумы и помехи создают ... коммуникационный барьер.
8. При общении людей с разным темпераментов возникает ... барьер.
9. Стереотипы, упрощающие образ мужчины и женщины называются ... ..
10. Если человек стремится не выделяться из толпы – это называется ... конформизм.
11. Мода удовлетворяет такие потребности индивида как ... .
12. Элементами распространения моды являются ... .
13. Причинами возникновения предрассудков являются ... .

#### II. Верно или неверно?

1. В массе происходит деиндивидуализация индивидов.
2. Масса первична, индивид вторичен.
3. У каждого человека периодически возникает потребность быть в массе.
4. В массе происходит понижение аффективности каждого члена.
5. Система СМИ объединяет людей в массы.
6. М. Маклауэн считал, что телевидение создаст нового, гармоничного человека.
7. М. Маклауэн считал, что технологии МК не обеспечивают прогресс.
8. Человечество сможет преодолеть межъязыковой барьер.
9. У заядлых телезрителей возникает мозаичность индивидуальной памяти и снижение интеллектуальной восприимчивости.
10. Стереотипы являются плодом личностно развития.
11. Стереотипы могут быстро меняться.
12. Стереотипы упрощают жизнь людей.
13. СМИ могут формировать стереотипы.
14. Феномен моды основан на подражании.
15. Референтным называется такой вид конформизма, когда человек стремится подражать группе значимых для него людей.
16. Мода создает массового индивида.
17. Для распространения слуха необходимы СМИ.
18. Слух является способом общения толпы.
19. Слух отражает общественные желания и волнения.
20. Сплетня является бесполезным феноменом.
21. Предрассудок может быть правдивым.

#### III. Установите соответствие

- |             |  |
|-------------|--|
| 1. Г. Лебон | А. Человек «бежит» в массу, устав от индивидуальной свободы  |
| 2. З. Фрейд | Б. В массе индивид приобретает коллективную душу, стираются индивидуальные характеристики отдельных людей    |
| 3. Э. Фромм | В. Масса, преклоняющаяся перед заурядным, играет главную роль в обществе.                                    |
| 4. Ф. Ницше | Г. В массе приводится в действие бессознательный компонент психики, который у всех людей является одинаковым |

#### IV. Определите направление психологии (психоанализ, когнитивизм, бихевиоризм, гештальт-

психология), которому соответствует представленный тезис.

1. Реакция на информационное сообщение зависит от стимула
2. Реципиент избирательно принимает информацию, подаваемую СМИ
3. СМИ являются источником научения за счет имитации наблюдаемых действий
4. Человек воспринимает информацию целостно
5. СМИ актуализирует бессознательные потребности человека
6. Характер интерпретации полученной информации зависит от установок, ценностей, направленности личности

**РАЗДЕЛ 7. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

*Таблица 7.1*

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ В СООТНОШЕНИИ С ОЦЕНОЧНЫМИ СРЕДСТВАМИ**

Планируемые результаты, характеризующие этапы формирования компетенции	Содержание учебного материала	Примеры контрольных вопросов и заданий для оценки знаний, умений, владений	Методы/ средства контроля
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач			
ИУК-1.1. Знает теоретические основы осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>            Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций            Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p> <p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>            Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен            Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и</b></p>	<p>Взаимодействие понятий «общение», «коммуникация», «информация» и «воздействие» в психологии массовой коммуникации.</p> <p>Массовая коммуникация: определение, виды, функции, механизмы.</p> <p>Массовая коммуникация как форма опосредованного общения.</p> <p>Социально-психологические теории и модели массовой коммуникации.</p> <p>Теория социального научения о роли СМИ.</p> <p>Теория культивирования о роли СМИ.</p> <p>Теория социализации о роли СМИ.</p> <p>Теория использования и удовлетворения о роли СМИ.</p> <p>Когнитивная теория массовой коммуникации.</p> <p>Источник сообщения в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.</p> <p>Аудитория массовой коммуникации.</p> <p>Проблемы психографики.</p> <p>Структура личности как база восприятия информации.</p> <p>Потребности, мотивы и интересы аудитории.</p>	<p>Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий), анализ выполнения</p>

	<p><b>отношение к медиапроектам</b>          Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации          Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>		<p>контрольных работ</p>
<p>ИУК-1.2. Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>          Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций          Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций  <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>          Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен          Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования  <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>          Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации          Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>Роль стереотипа в процессах массовой коммуникации.          Роль установки в процессах массовой коммуникации.          Сообщение в массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.          Средства массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.          Особенности печати как средства массовой коммуникации.          Особенности радио как средства массовой коммуникации.          Особенности телевидения как средства массовой коммуникации.          Особенности компьютерных сетей как средства массовой коммуникации.          Особенности мобильной связи как средства массовой коммуникации.          Массовые действия: определение, типология, психологические механизмы.          Психологическая динамика массовых действий.          Барьеры массовой коммуникации.          Внимание как фактор массовой коммуникации.          Восприятие как фактор массовой коммуникации.          Память в процессе восприятия информации</p>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ИУК-1.3. Владеет навыками осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b></p>	<p>Понимание сообщения как фактор функционирования массовой коммуникации.          Мышление в процессе восприятия информации.          Основные психологические эффекты</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ</p>

<p>критической оценки надежности источников информации; владеет опытом практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса</p>	<p>Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>массовой коммуникации: объективные и субъективные факторы. Организация эмоционального восприятия информационного сообщения. Классификации методов психологического воздействия СМИ. Классификация методов психологического воздействия ТВ передачи. Манипуляция в массовой коммуникации: признаки, условия, модели. Манипулятивные приёмы воздействия в практике СМИ, рекламы и паблик рилейшенз. Мифодизайн как манипулятивная технология Применение НЛП в массовой коммуникации. Психологическая безопасность массовой коммуникации: проблема определения, направления исследований. Психологические последствия негативного воздействия СМИ. Факторы психологической эффективности массовой коммуникации.</p>	<p>качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>			
<p>ИУК-5.1. Знает способы социального взаимодействия с учетом культурных традиций и норм; закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контекстах; знает теоретические основы анализа исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, теоретические основы анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия, теоретические основы эффективного социального партнерства, межведомственного и межкультурного взаимодействия</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле</p>	<p>Модель комплексного анализа коммуникативного акта. Психологическая эффективность массовой коммуникации: методы и методики измерения. Моделирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации. Контент-анализ как метод психологической экспертизы массовой коммуникации. Фокус-группа как метод психологической экспертизы массовой коммуникации. Анкетирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации. Наблюдение как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.</p>	<p>Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических</p>

	<p>исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b></p> <p>Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации</p> <p>Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>Психосемантический метод в психологической экспертизе массовой коммуникации.</p> <p>Интервью как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.</p> <p>Создание психологического портрета создателя сообщения – творческой группы (составить план исследования).</p> <p>Исследования самовосприятия коммуникатора (составить план исследования).</p> <p>Исследования образа коммуникатора у аудитории (составить план исследования).</p> <p>Создание психологического портрета аудитории СМИ (составить план исследования).</p> <p>Создание психологического портрета коммуникативного сообщения (составить план исследования).</p>	<p>знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий), анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ИУК-5.2. Умеет воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе с учетом этнокультурных особенностей; проявлять уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, проводить анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b></p> <p>Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций</p> <p>Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p> <p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b></p> <p>Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен</p> <p>Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b></p> <p>Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации</p>	<p>Исследование коммуникативного стиля ТВ или радиопередачи (составить план исследования).</p> <p>Дать развернутое описание порядка осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.</p> <p>Провести анализ любой проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.</p> <p>Привести критерии критической оценки надежности источников информации.</p> <p>Дать развернутое описание принципов практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса.</p> <p>Перечислить задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.</p> <p>Указать формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.</p> <p>Раскрыть основы педагогики, формы и способы обучения взрослых участников образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся.</p> <p>Дать характеристику принципам осуществления психологического просвещения педагогов,</p>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения</p>

	<p>Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития детей и обучающихся. Описать порядок разработки и реализации программ повышения психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся. Перечислить методы педагогики взрослых для психологического просвещения субъектов образовательного процесса, в том числе с целью повышения их психологической культуры. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста.</p>	<p>контрольных работ</p>
<p>ИУК-5.3. Владеет опытом практических действий в сфере анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; владеет методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и</b></p>	<p>Дать развернутую характеристику способам информирования субъектов образовательного процесса о формах и результатах своей профессиональной деятельности. Указать способы ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития ребенка (в рамках консультирования, педагогических советов). Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации. Дать характеристику принципам просветительской работы с родителями (законными представителями) по принятию особенностей поведения, миропонимания, интересов и склонностей, в том числе одаренности ребенка. Указать и охарактеризовать способы информирования о факторах, препятствующих развитию личности детей, воспитанников и обучающихся о мерах по оказанию им различного вида психологической</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных</p>



	<p><b>отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>помощи. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты. Перечислить задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Раскрыть формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Охарактеризовать основы педагогики, формы и способы обучения взрослых субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.</p>	<p>ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
--	--	--	---

ПК-1 Способен к психолого-педагогическому сопровождению образовательного процесса в образовательных организациях общего, профессионального и дополнительного образования, сопровождению основных и дополнительных образовательных программ

<p><b>ИПК-1.10. Знать:</b> современные теории, направления и практики коррекционно-развивающей работы; современные техники и приемы коррекционно-развивающей работы и психологической помощи; закономерности развития различных категорий обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями; стандартные методы и технологии, позволяющие решать коррекционно-развивающие задачи, в том числе во взаимодействии с другими специалистами (учителями-дефектологами, учителями-логопедами); закономерности</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен</p>	<p>Описать принципы психологического просвещения педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Перечислить способы информирования субъектов образовательного процесса о факторах, препятствующих развитию личности лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-</p>
---	---	--	--

<p>групповой динамики, методы, приемы проведения групповой коррекционно-развивающей работы; способы и методы оценки эффективности и совершенствования коррекционно-развивающей работы</p> <p>ИПК-1.11. Уметь: контролировать ход психического развития обучающихся на различных уровнях образования различных типов образовательных организаций; разрабатывать программы коррекционно-развивающей работы; применять стандартные методы и приемы наблюдения за нормальным и отклоняющимся психическим и физиологическим развитием детей и обучающихся; проводить коррекционно-развивающие занятия с обучающимися и воспитанниками; оценивать эффективность коррекционно-развивающей работы в соответствии с выделенными критериями</p>	<p>Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b></p> <p>Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации</p> <p>Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Указать принципы разработки и реализации образовательных программ по повышению психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, а также родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации (в рамках консультирования, педагогических советов).</p>	<p>ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ИПК-1.12. Владеть: навыками разработки и реализации планов проведения коррекционно-развивающих занятий для детей и обучающихся, направленных на развитие интеллектуальной, эмоционально-волевой сферы, познавательных процессов, снятие тревожности, решение проблем в сфере общения, преодоление проблем в</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b></p> <p>Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций</p> <p>Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p>	<p>Перечислить принципы и методы осуществления просветительской работы с родителями (законными представителями) лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-</p>

<p>общении и поведении; владеть навыками организации и совместного осуществления педагогами, учителями-дефектологами, учителями-логопедами, социальными педагогами психолого-педагогической коррекции выявленных в психическом развитии детей и обучающихся недостатков, нарушений социализации и адаптации; владеть навыками формирования и реализации планов по созданию образовательной среды для обучающихся с особыми образовательными потребностями, в том числе одаренных обучающихся; владеть опытом практических действий в сфере проектирования в сотрудничестве с педагогами индивидуальных образовательных маршрутов для обучающихся; владеть навыками ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты)</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>исследованиями в области профилактики социальной адаптации. Дать характеристику способам оказания помощи в формировании психологической культуры субъектов образовательного процесса. Перечислить способы оказания помощи в сохранении и укреплении психологического здоровья лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты). Перечислить основные задачи, решаемые конкретными органами и организациями социальной сферы. Раскрыть суть социальной психологии, психологии малых групп. Дать характеристику национальным и региональным особенностям быта и семейного воспитания (народные традиции, этнокультурные и конфессиональные особенности воспитания). Раскрыть суть психологии семьи, консультирования семьи, кризисов семьи. Перечислить проблемы социализации, социальной адаптации и дезадаптации, характеристики социальной среды.</p>	<p>ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
--	--	--	--

ПК-2 Способен к оказанию психолого-педагогической помощи лицам с ограниченными возможностями здоровья, лицам, испытывающим сложности с социальной адаптацией

<p><b>ИПК-2.1. Знать:</b> юридические и этические основы психологического просвещения в образовательной организации с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p> <p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен</p>	<p>Указать современные направления молодежных движений. Перечислить основы безопасности жизнедеятельности человека и окружающей среды. Раскрыть суть психологии кризисных состояний, психологию экстремальных ситуаций, психологию горя, потери, утраты. Указать основные принципы документоведения. Раскрыть принципы проведения анализа обращений и запросов населения, органов и организаций социальной сферы для корректировки программ психологического просвещения. Описать принципы и порядок разработки и согласования регламентов с органами и</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-</p>
--	--	---	--

	<p>Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b></p> <p>Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации</p> <p>Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>организациями социальной сферы. Дать характеристику возможностям использования результатов мониторинга психологической безопасности и комфортности среды при разработке плана психологического просвещения и проведения информационных консультаций. Указать правила подбора и разработки инструментария для оценки результативности работы по психологическому просвещению и возможностям оказания психологических услуг. Перечислить все формы и методы психологического просвещения, в том числе активные методы. Охарактеризовать правила изложения любым слоям населения информации о психологических услугах.</p>	<p>ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ИПК-2.2. Уметь: соблюдать нормативно-правовые, этические, профессионально-деонтологические нормы в процессе психологического просвещения субъектов образовательного процесса в области работы по поддержке лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; уметь осуществлять психологическое просвещение педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации;</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b></p> <p>Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций</p> <p>Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p> <p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b></p> <p>Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен</p> <p>Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b></p> <p>Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации</p>	<p>2. Описать принципы и порядок создания наглядных материалов для психологического просвещения. 3. Указать способы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в проведении психологического просвещения. 4. Перечислить критерии оценки результативности психологического просвещения без нарушения этических норм и прав человека. 5. Указать основные принципы использования современных технологий работы с информацией, сетевыми ресурсами и программами. 6. Указать принципы ведения документации и служебной переписки. 7. Раскрыть принципы разработки плана психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы. 8. Перечислить способы доведения до сведения государственных и муниципальных органов, организаций социальной сферы информации о перечне психологических услуг и возможности их получения. 9. Указать принципы и правила разработки рекомендаций для работников органов и организаций социальной сферы по психологическому просвещению с учетом конкретных задач, решаемых ими. 10. Указать принципы и правила организации волонтерских проектов</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения</p>

	<p>Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>и программ, ориентированных на повышение мотивации в получении психологической помощи.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описать правила подготовки для СМИ информации о психологических услугах в социальной сфере (ролики, передачи на теле- и радиоканалах и т.д.).</li> <li>2. Раскрыть принципы и правила проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг.</li> <li>3. Указать способы привлечения к психологическому просвещению граждан, успешно завершивших программы психологической помощи.</li> <li>4. Перечислить принципы и правила обобщения и оценки результатов работы по психологическому просвещению в целях формирования рекомендаций для ее совершенствования.</li> <li>5. Раскрыть порядок учета проведенных работ.</li> </ol>	<p>контрольных работ</p>
<p>ИПК-2.3. Владеть: навыками соблюдения нормативно-правовых, этических, профессионально-деонтологических норм в процессе психологического просвещения субъектов образовательного процесса в области работы по поддержке лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации; владеть навыками ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, а также родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации (в</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>  Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций  Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций  <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>  Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен  Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования  <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>  Тема 3.1. Аудитория как</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>64. Теории коммуникативного воздействия.</li> <li>65. Социально-психологические аспекты условий осуществления массовой коммуникации в потоке информации.</li> <li>66. Коммуникативное пространство: теория и практика формирования.</li> <li>67. Коммуникационные сообщества.</li> <li>68. Связь видео-, аудио- и нарративных рядов медиапродукта.</li> <li>69. Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия: теория и практика.</li> <li>70. Медиа-эстетика - желаемое и действительное.</li> <li>71. Стереотипизация как условие осуществления массовой коммуникации.</li> <li>72. Анализ стереотипов восприятия социально-значимых событий в телекоммуникации.</li> <li>73. Реклама как феномен коммуникации.</li> <li>74. Социальные группы в изображении СМК.</li> <li>75. Женщины и мужчины в изображении СМК.</li> </ol>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач,</p>

<p>рамках консультирования, педагогических советов); навыками осуществления просветительской работы с родителями (законными представителями) лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации</p>	<p>объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>76. Социально-психологическая типология целевых аудиторий СМК. 77. Мораль и СМК: социально-психологические аспекты. 78. Благотворительность и СМК. 79. Культура и СМК. 80. Культурная жизнь и СМК: социально-психологические аспекты. 81. Спорт и СМК. 82. Политика и СМК: социально-психологические аспекты. 83. Насилие и СМК. 84. Секс и СМК. 85. Дети и СМК.</p>	<p>анализ выполнения контрольных работ</p>
<p>ПК-3. Способен к организации и предоставлению психологических услуг лицам разных возрастов и социальных групп</p>			
<p>ИПК-3.4. Знать: социальную психологию, психологию малых групп; психологию кризисных состояний; психологию экстремальных ситуаций, психологию горя, потери, утраты; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; психологию семьи, консультирование семьи, кризисов семьи; проблемы социализации, социальной адаптации, характеристики социальной среды; современные направления молодежных движений; основы безопасности жизнедеятельности человека и окружающей среды; документоведение ИПК-3.10. Знать: основы общей и социальной психологии, психологии малых групп, психологии масс; методы и методики общей и социальной психологии; современные направления молодежных движений; психологию зависимости, аддикций, девиантологию, проблемы социализации, нарушений социализации; методология проведения тренингов; возрастную психологию, геронтологию; психологию семьи и семейных кризисов; психология воспитания и педагогики; психологию</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное</p>	<p>86. Детское телевидение. 87. Бизнес и СМК: социально-психологические аспекты. 88. Шоу-бизнес и СМК. 89. Психологические аспекты применения массовых информационных технологий. 90. Убеждение и внушение в механизме обращения СМК к аудитории. 91. Опыт и воображение в механизме обращения СМК к аудитории. 92. Личностные предпосылки манипулятивного воздействия СМК. 93. Новости как социально-психологический феномен. 94. Клип-стиль: социально-психологическое содержание. 95. Кино как социально-психологический феномен. Особенности восприятия публичного выступления в массовой коммуникации и речевые</p>	<p>Устный контроль/ опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ защиты проектов; применение теоретических знаний при анализе (разборе) конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ использования теоретических знаний в процессе решения кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ содержания эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий), анализ выполнения контрольных работ</p>

<p>кризисных состояний, рискологию, психологию экстремальных ситуаций, психология горя, потери, утраты; цели, задачи и функции организаций социальной сферы; типология социальных групп, нуждающихся в оказании помощи (социальной, социально-психологической, социально-правовой и т.д.); психологию беженцев, мигрантов, маргиналов; технологии работы с разными социальными группами; документоведение</p>	<p>мнение как социальные институты</p>		
<p>ИПК-3.5. Уметь: оценивать риски и факторы социальной и психологической напряженности; организовывать работу группы специалистов по оказанию психологической помощи населению, нуждающемуся в ней по результатам мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения, с целью снижения социальной и психологической напряженности; разрабатывать материалы по результатам мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения и представлять их в интернет-форумах и СМИ; аргументировать свою позицию; проводить профилактическую работу по снижению социальной и психологической напряженности с учетом данных мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения; проводить индивидуальное и групповое консультирование по проблемам снижения напряженности, обнаруженной при анализе результатов мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения; владеть технологиями работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций <b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования <b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>96. Интерактивные ТВ и радио. 97. Психологические механизмы телеинтервью. 98. «Прямая линия» как социально-психологический феномен. 99. «Реальное телевидение» (Real TV) как социально-психологический феномен. 100. Телетекст как канал массовой коммуникации. 101. Сотовая связь как канал массовой коммуникации. 102. Скандал как коммуникативное событие и акт культуры. 103. Кризисные коммуникации. 104. PR-кампания как коммуникативный феномен. 105. Проблема доверия к рекламе. Восприятие рекламного сообщения. Психологические аспекты воздействия рекламы на личность. 106. Формирование эмоциональных состояний путем косвенного суггестивного воздействия (на материале рекламы). 107. Методики исследования имиджа коммуникатора. 108. Исследования имиджа коммуникатора: телеведущие новостных программ. 109. Исследования имиджа коммуникатора: ведущие ТВ ток-шоу.</p>	<p>Анализ проявленных умений при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>

<p>психологической безопасности и комфортности среды проживания населения; вести документацию и служебную переписку</p>			
<p>ИПК-3.6. Владеть: навыками разработки программ мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения; навыками определения психологических критериев соответствия среды проживания населения потребностям и возможностям людей; навыками мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения и анализ полученных данных; навыками выделения и оценки психологических рисков, факторов социальной и психологической напряженности; навыками обобщения полученных данных и разработка на их основе психологических рекомендаций по минимизации негативных явлений; навыками подготовки сообщений и публикаций для средств массовой информации (СМИ) по результатам мониторинга; навыками оценки эффективности работы, проведенной по результатам мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения; учета проведенных работ</p> <p>ИПК-3.12. Владеть: навыками первичной проверки и анализа документов, свидетельствующих о наличии проблем клиентов (протоколы, акты социальных служб, полиции), выявление информации, требующей дополнительной проверки; запроса необходимой информации у других специалистов (социальных работников, педагогов, специалистов органов опеки и попечительства); навыками подбора комплекса психологических методик, планирования и проведения обследования клиентов;</p>	<p><b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций</p> <p><b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b> Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования</p> <p><b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b> Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты</p>	<p>110. Исследования имиджа коммуникатора: обозреватель газеты, журнала.</p> <p>111. Исследования имиджа коммуникатора: ди-джеи развлекательных радиостанций.</p> <p>112. Рейтинги ТВ каналов, радиостанций, журналов, газет, сайтов, передач.</p> <p>113. Психологические исследования каналов массовой коммуникации.</p> <p>114. Психографика аудитории.</p> <p>115. Самопрезентация в коммуникации: письма в редакции.</p> <p>116. Самопрезентация в коммуникации: пользователи Интернета.</p> <p>117. Методы измерения психологической эффективности массовой коммуникации.</p> <p>118. Личностные предпосылки манипулятивного воздействия СМК.</p> <p>119. Классическое обусловливание поведения аудитории.</p> <p>120. Инструментальное обусловливание поведения аудитории.</p> <p>121. Роль групповых факторов в процессе убеждения аудитории.</p> <p>122. Проявления психологических защитных механизмов в процессе коммуникации.</p> <p>123. Закономерности массового поведения и реклама.</p> <p>124. Внутренний мир человека и виртуальная реальность.</p> <p>125. Глобализация и новые аудитории СМК.</p>	<p>Анализ проявленных навыков при решении кейсов, в ходе деловых игр; письменный контроль, анализ качества решений профессиональных задач в контрольных работах; анализ содержания профессионально-ориентированных эссе; тестирование (выполнение тестовых заданий); анализ защит профессионально-ориентированных проектов; опрос на семинарских занятиях, зачете, экзамене; анализ докладов на семинарских занятиях; анализ защиты рефератов; анализ решения конкретных практико-ориентированных ситуаций и профессионально-прикладных задач, анализ выполнения контрольных работ</p>



<p> навыками обобщения результатов психологического обследования, навыками оценки психологических потребностей, рисков и ресурсов клиентов, выявления психологических особенностей их социального окружения и условий жизни; навыками выявления типичных психологических проблем разных социальных групп клиентов; навыками разработки совместно с другими специалистами и клиентами "дорожных карт" с целью определения жизненных целей и задач на конкретных этапах социализации, навыками формирования норм социального поведения, в том числе в поликультурной среде; навыками разработки программ психологической помощи клиентам, в том числе с привлечением ресурсов из различных источников; навыками индивидуального или группового консультирования клиентов по выявленным у них психологическим проблемам с целью нивелирования влияния неблагоприятной среды, помощи в социализации и адаптации к условиям проживания; навыками проведения бесед (лекций), направленных на просвещение клиентов; навыками взаимодействия с социальным окружением клиентов с целью организации психологической поддержки и помощи в решении их жизненных проблем; навыками подготовки материалов по вопросам оказания психологической помощи клиентам и представление их в интернет-форумах и СМИ; навыками учета выявленных социально уязвимых слоев населения и видов оказанной психологической помощи </p>			
--	--	--	--

**7.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.**

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине в 6 семестре является зачет с оценкой, которые проводится в **устной** форме.

## 7.2.Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

116. Взаимодействие понятий «общение», «коммуникация», «информация» и «воздействие» в психологии массовой коммуникации.
117. Массовая коммуникация: определение, виды, функции, механизмы.
118. Массовая коммуникация как форма опосредованного общения.
119. Социально-психологические теории и модели массовой коммуникации.
120. Теория социального научения о роли СМК.
121. Теория культивирования о роли СМК.
122. Теория социализации о роли СМИ.
123. Теория использования и удовлетворения о роли СМК.
124. Когнитивная теория массовой коммуникации.
125. Источник сообщения в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.
126. Аудитория массовой коммуникации. Проблемы психографики.
127. Структура личности как база восприятия информации.
128. Потребности, мотивы и интересы аудитории.
129. Роль стереотипа в процессах массовой коммуникации.
130. Роль установки в процессах массовой коммуникации.
131. Сообщение в массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.
132. Средства массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.
133. Особенности печати как средства массовой коммуникации.
134. Особенности радио как средства массовой коммуникации.
135. Особенности телевидения как средства массовой коммуникации.
136. Особенности компьютерных сетей как средства массовой коммуникации.
137. Особенности мобильной связи как средства массовой коммуникации.
138. Массовые действия: определение, типология, психологические механизмы.
139. Психологическая динамика массовых действий.
140. Барьеры массовой коммуникации.
141. Внимание как фактор массовой коммуникации.
142. Восприятие как фактор массовой коммуникации.
143. Память в процессе восприятия информации.
144. Понимание сообщения как фактор функционирования массовой коммуникации.
145. Мышление в процессе восприятия информации.
146. Основные психологические эффекты массовой коммуникации: объективные и субъективные факторы.
147. Организация эмоционального восприятия информационного сообщения.
148. Классификации методов психологического воздействия СМИ.
149. Классификация методов психологического воздействия ТВ передачи.
150. Манипуляция в массовой коммуникации: признаки, условия, модели.
151. Манипулятивные приёмы воздействия в практике СМИ, рекламы и паблик рилейшенз.
152. Мифодизайн как манипулятивная технология
153. Применение НЛП в массовой коммуникации.
154. Психологическая безопасность массовой коммуникации: проблема определения, направления исследований.
155. Психологические последствия негативного воздействия СМИ.
156. Факторы психологической эффективности массовой коммуникации.
157. Модель комплексного анализа коммуникативного акта. Психологическая эффективность массовой коммуникации: методы и методики измерения.
158. Моделирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
159. Контент-анализ как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
160. Фокус-группа как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
161. Анкетирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
162. Наблюдение как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
163. Психосемантический метод в психологической экспертизе массовой коммуникации.
164. Интервью как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.

165. Создание психологического портрета создателя сообщения – творческой группы (составить план исследования).
166. Исследования самовосприятия коммуникатора (составить план исследования).
167. Исследования образа коммуникатора у аудитории (составить план исследования).
168. Создание психологического портрета аудитории СМИ (составить план исследования).
169. Создание психологического портрета коммуникативного сообщения (составить план исследования).
170. Исследование коммуникативного стиля ТВ или радиопередачи (составить план исследования).
171. Дать развернутое описание порядка осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.
172. Провести анализ любой проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.
173. Привести критерии критической оценки надежности источников информации.
174. Дать развернутое описание принципов практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса.
175. Перечислить задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.
176. Указать формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.
177. Раскрыть основы педагогики, формы и способы обучения взрослых участников образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся.
178. Дать характеристику принципам осуществления психологического просвещения педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития детей и обучающихся.
179. Описать порядок разработки и реализации программ повышения психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся.
180. Перечислить методы педагогики взрослых для психологического просвещения субъектов образовательного процесса, в том числе с целью повышения их психологической культуры.
181. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций.
182. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста.
183. Дать развернутую характеристику способам информирования субъектов образовательного процесса о формах и результатах своей профессиональной деятельности.
184. Указать способы ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития ребенка (в рамках консультирования, педагогических советов).
185. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации.
186. Дать характеристику принципам просветительской работы с родителями (законными представителями) по принятию особенностей поведения, миропонимания, интересов и склонностей, в том числе одаренности ребенка.
187. Указать и охарактеризовать способы информирования о факторах, препятствующих развитию личности детей, воспитанников и обучающихся о мерах по оказанию им различного вида психологической помощи.
188. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты).
189. Перечислить задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
190. Раскрыть формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
191. Охарактеризовать основы педагогики, формы и способы обучения взрослых субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ,

развитии и социальной адаптации.

192. Описать принципы психологического просвещения педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
193. Перечислить способы информирования субъектов образовательного процесса о факторах, препятствующих развитию личности лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
194. Указать принципы разработки и реализации образовательных программ по повышению психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с лицами с ограниченными возможностями здоровья, детьми и обучающимися, испытывающими трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
195. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций.
196. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
197. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и организаций, осуществляющих образовательную деятельность, а также родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации (в рамках консультирования, педагогических советов).
198. Перечислить принципы и методы осуществления просветительской работы с родителями (законными представителями) лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
199. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации.
200. Дать характеристику способам оказания помощи в формировании психологической культуры субъектов образовательного процесса.
201. Перечислить способы оказания помощи в сохранении и укреплении психологического здоровья лиц с ограниченными возможностями здоровья, детей и обучающихся, испытывающих трудности в освоении основных общеобразовательных программ, развитии и социальной адаптации.
202. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты).
203. Перечислить основные задачи, решаемые конкретными органами и организациями социальной сферы.
204. Раскрыть суть социальной психологии, психологии малых групп.
205. Дать характеристику национальным и региональным особенностям быта и семейного воспитания (народные традиции, этнокультурные и конфессиональные особенности воспитания).
206. Раскрыть суть психологии семьи, консультирования семьи, кризисов семьи.
207. Перечислить проблемы социализации, социальной адаптации и дезадаптации, характеристики социальной среды.
208. Указать современные направления молодежных движений.
209. Перечислить основы безопасности жизнедеятельности человека и окружающей среды.
210. Раскрыть суть психологии кризисных состояний, психологию экстремальных ситуаций, психологию горя, потери, утраты.
211. Указать основные принципы документообращения.
212. Раскрыть принципы проведения анализа обращений и запросов населения, органов и организаций социальной сферы для корректировки программ психологического просвещения.
213. Описать принципы и порядок разработки и согласования регламентов с органами и организациями социальной сферы.
214. Дать характеристику возможностям использования результатов мониторинга психологической безопасности и комфортности среды при разработке плана психологического просвещения и проведения информационных консультаций.
215. Указать правила подбора и разработки инструментария для оценки результативности работы по психологическому просвещению и возможностям оказания психологических услуг.

216. Перечислить все формы и методы психологического просвещения, в том числе активные методы.
217. Охарактеризовать правила изложения любым слоям населения информации о психологических услугах.
218. Описать принципы и порядок создания наглядных материалов для психологического просвещения.
219. Указать способы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в проведении психологического просвещения.
220. Перечислить критерии оценки результативности психологического просвещения без нарушения этических норм и прав человека.
221. Указать основные принципы использования современных технологий работы с информацией, сетевыми ресурсами и программами.
222. Указать принципы ведения документации и служебной переписки.
223. Раскрыть принципы разработки плана психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы.
224. Перечислить способы доведения до сведения государственных и муниципальных органов, организаций социальной сферы информации о перечне психологических услуг и возможности их получения.
225. Указать принципы и правила разработки рекомендаций для работников органов и организаций социальной сферы по психологическому просвещению с учетом конкретных задач, решаемых ими.
226. Указать принципы и правила организации волонтерских проектов и программ, ориентированных на повышение мотивации в получении психологической помощи.
227. Описать правила подготовки для СМИ информации о психологических услугах в социальной сфере (ролики, передачи на теле- и радиоканалах и т.д.).
228. Раскрыть принципы и правила проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг.
229. Указать способы привлечения к психологическому просвещению граждан, успешно завершивших программы психологической помощи.
230. Перечислить принципы и правила обобщения и оценки результатов работы по психологическому просвещению в целях формирования рекомендаций для ее совершенствования.
231. Раскрыть порядок учета проведенных работ.

## 7.5. Примерные тестовые задания для контроля (мониторинга) качества усвоения материала, в том числе в рамках рубежного контроля знаний<sup>3</sup>

### Задания тестового контроля

#### № 1

Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является на современном этапе (сделать выбор из перечня):

- a. Массовая коммуникация.
- b. Массовые коммуникации.
- c. Психологические процессы масс.
- d. Закономерности массовых явлений.
- e. Опосредованное общение с помощью технических средств.

#### № 2

Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:

- a. распространение знаний о действительности, информирование;
- b. социальный контроль и управление;
- c. интеграция общества и его саморегуляция;
- d. формирование общественного мнения;
- e. социальное воспитание;
- f. распространение культуры;
- g. социальная активация личности;
- h. самоутверждение (самопознание и самореализация);
- i. социальная идентификация;
- j. социальная релаксация.

#### № 3

Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер на пути влияния массовой коммуникации:

- Да.
- Нет.
- Зависит от ситуации.

#### № 4

Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

1. Источник.
2. Средства.
3. Аудитория.
4. Сообщения.
5. Текст.
6. Персональный компьютер.

#### № 5

Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

1. идентификация,
2. эмпатия,
3. аттракция,
4. персонификация,
5. когнитивный баланс,
6. олицетворение,
7. символизация,

---

<sup>3</sup>Рубежный контроль знаний проводится для студентов очно-заочной формы обучения и оценивается по шкале «зачтено»/«не зачтено»

8. социальная рефлексия,
9. социальная перцепция.

№ 6

Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации «убеждение, внушение, заражение, ...».

1. NLP.
2. Стереотипизация.
3. Формирование установок.
4. Формирование потребностей.
5. Формирование мотивов.
6. Формирование ожиданий.
7. Формирование интересов.
8. Формирование коллективных представлений.
9. Формирование коллективных предрассудков.
10. Огруппление мышления.
11. Обучение.
12. Подражание.

№ 7

Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:

1. утаивание информации,
2. смещение акцентов,
3. искажение информации,
4. логические ловушки,
5. мода,
6. универсальные высказывания,
7. неявные указания на общепризнанные нормы,
8. иллюзии взаимопонимания,
9. реклама,
10. пропаганда.

№ 8

В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

1. когнитивный уровень,
2. уровень потребностей,
3. мотивационный уровень,
4. аксиологический уровень,
5. аффективный уровень,
6. поведенческий уровень.

№ 9

Методы активизации творческого мышления журналиста включают (выбрать правильные ответы)

1. метод записной книжки,
2. метод аналогий,
3. метод ассоциаций,
4. «мозговой штурм»,
5. измененные состояния сознания.

№ 10

Психологическая эффективность массовой коммуникации, это, в первую очередь:

1. Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.
2. Удовлетворенность характеристиками общения.
3. Гармония социального взаимодействия.
4. Наличие обратной связи.

## №11

Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:

- Г. Тард
- Джо Бруммель;
- Е. Тремнер
- Р. Барт

### **7.6. Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования; шкалы и процедуры оценивания**

#### **7.6.1. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий для текущей и промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания на экзамене, зачете с оценкой (диф. зач.)**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Отлично	Обучающийся должен: - продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала; - исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; - правильно формулировать определения; - продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; - уметь сделать выводы по излагаемому материалу.
Хорошо	Обучающийся должен: - продемонстрировать достаточно полное знание программного материала; - продемонстрировать знание основных теоретических понятий; достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал; - продемонстрировать умение ориентироваться в литературе; - уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
Удовлетворительно	Обучающийся должен: - продемонстрировать общее знание изучаемого материала; - показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### 7.6.2. Оценивание письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)
7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### Шкала оценивания контрольной работы и эссе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	<p>Обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

### 7.6.3. Тестирование

#### Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

## **7.7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.**

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос - это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидактический (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Коллоквиум может служить формой не только проверки, но и повышения производительности труда студентов. На коллоквиумах обсуждаются отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий, а также рефераты, проекты и иные работы обучающихся.

Доклад, сообщение - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Контрольная работа - средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-

исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Ситуационный анализ - это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Деловая и/или ролевая игра - совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

«Круглый стол», дискуссия – интерактивные оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Занятие может проводить по традиционной (контактной) технологии, либо с использованием телекоммуникационных технологий.

Проект - конечный профессионально-ориентированный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **РАЗДЕЛ 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Института. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **8.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

*Эссе* (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **8.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

*Кейс-метод (Case study)* – метод анализа реальной ситуации, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **8.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрацию доказательств наличия у обучающихся сформированных компетенций, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (разработка проектов международных документов, анализа, критики, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем международных отношений (анализ внешне-политической ситуации, деятельности международной организации, анализ международной практики и т.п.);

- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии т.п.).
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии т.п.).

## РАЗДЕЛ 9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература<sup>4</sup>*

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

### *Дополнительная литература<sup>5</sup>*

1. Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92735.html>

2. Психология межкультурной коммуникации в образовании : практикум / составители Е. А. Фомина. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 116 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPRSMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83206.html>

*Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы*

#### **Интернет-ресурсы**

URL: <http://www.consultant.ru> – справочная правовая система «КонсультантПлюс»

URL: <http://psychology.net.ru> – база профессиональных данных «Мир психологии»

URL: <http://www.childpsy.ru> – база профессиональных данных «Детский психолог».

URL: <http://www.pedagogic.mgou.ru> – ресурсы образования.

URL: <http://www.dictionary.fio.ru> – педагогический словарь.

URL: <http://www.koob.ru> – полнотекстовая литература по педагогике и психологии.

URL: <http://www.bookap.ru> – интернет-библиотека по гуманитарным наукам.

URL: <http://www.nspu.net> – портал дополнительного образования.

URL: <http://www.pedlib.ru/> – электронная педагогическая библиотека

#### **Информационно-справочные и поисковые системы**

Справочная правовая система «КонсультантПлюс»: <http://www.con-sultant.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных**

URL: <http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование»

URL: <http://www.prlib.ru> – Президентская библиотека

URL: <http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека

URL: <http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)

URL: <http://elib.gnpbu.ru/> – сайт Научной педагогической электронной библиотеки им. К.Д. Ушинского

---

<sup>4</sup> Из ЭБС

<sup>5</sup> Из ЭБС

*Комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства*

### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

Комплект онлайн сервисов <https://www.testpsy.net/index.php/description/distribution> свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.