

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 16.03.2026 19:42:23  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e879d98ec1c5bb2f5eb89c29ahfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования**

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

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ И ЛОГОПЕДИИ**

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. директора международного  
института психологии и логопедии

\_\_\_\_\_/О.С. Ефимова/

«19» декабря 2025 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):  
«Консультативная психология и психодиагностика»**

**Формы обучения: очная**

**Москва**

Рабочая программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций». Направление подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль): «Консультационная психология и психодиагностика» /О.С. Ефимова – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – 39 с.

Рабочая программа дисциплины 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», утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 сентября 2023 года N 716н (зарегистрирован в Минюсте России 18 октября 2023 года, регистрационный N 75620), Профессионального стандарта «Педагог-психолог (психолог в сфере образования)» утвержденного Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 июля 2015 года N 514н (зарегистрирован в Минюсте России 18 августа 2015 года, регистрационный N 38575).

Разработчики:	<u>О.С. Ефимова, к.п.н., доцент</u>
Ответственный рецензент:	<u>Лебедева Наталья Васильевна, кандидат психологических наук, доктор педагогических наук, профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова, ведущий эксперт в области психологии социальной работы</u> <i>(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)</i>

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общей психологии и педагогики от 19.12.2025 протокол № 5.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / О.С.Ефимова, к.псих.н., доцент  
(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

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p><b>ИУК-3.1.</b> Знает теоретические основы командной работы, психологию лидерства; теоретические основы социального взаимодействия</p> <p><b>ИУК-3.2.</b> Умеет создавать команды, организовывать их работу, делегировать полномочия членам команды и распределять поручения; эффективно взаимодействовать с другими членами команды, разрешать конфликты и противоречия при деловом общении на основе учета интересов всех членов команды; создавать рабочую атмосферу, позитивный эмоциональный климат в команде; умеет определять эффективность командой работы</p>
ПК-6	Способен проводить комплекс мероприятий по психологическому обследованию трудового коллектива и обобщение полученной информации	<p><b>Знать:</b></p> <p>Основные понятия и положения социальной психологии                      Основные понятия и положения психодиагностики                      Основные понятия и положения психологии труда, организационной психологии и психологии управления                      Основные понятия и положения психологии управления конфликтами                      Типы организационных структур и стадии развития организаций                      Методы исследования социально-психологического климата в трудовых коллективах                      Психологические проблемы межличностных отношений в трудовых коллективах и методы их выявления                      Психодиагностические методы, предназначенные для диагностики интересов, склонностей, способностей, особенностей личности и профессионально важных качеств                      Методы диагностики стресса, трудностей социальной, профессиональной и личностной адаптации                      Методы обработки информации (количественной и качественной), полученной в процессе проведения психологического обследования                      Правила и порядок ведения делопроизводства и электронного документооборота, порядок и сроки представления отчетности</p>

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
		<p>Современные средства информационно-коммуникационных технологий и необходимые компьютерные программы</p> <p><b>Уметь:</b>          Подбирать и применять комплекс диагностических методик для проведения психологического обследования граждан и трудовых коллективов в соответствии с содержанием их психологических проблем и целями психологического консультирования          Соблюдать конфиденциальность в отношении полученной информации          Выявлять психологические факторы, влияющие на трудовую деятельность работников трудового коллектива          Применять методы выявления психологических проблем граждан, обратившихся за консультационной психологической помощью, обусловленных психотравмирующими воздействиями          Применять методы изучения социально-психологического климата в трудовом коллективе          Использовать в работе психологические тесты и опросники для диагностики профессионально важных качеств граждан</p>
ПК-7	Способен проводить комплекс мероприятий по психологическому обследованию команд	<p><b>Знать:</b>          Основные понятия и положения социальной психологии          Основные понятия и положения психодиагностики          Основные понятия и положения психологии труда, организационной психологии и психологии управления          Основные понятия и положения психологии управления конфликтами          Методы исследования уровня развития команд          Методы диагностики стресса, трудностей социальной, профессиональной и личностной адаптации          Психологические проблемы межличностных отношений в трудовых коллективах и методы их выявления          Психодиагностические методы, предназначенные для диагностики интересов, склонностей, способностей, особенностей личности и профессионально важных качеств          Методы обработки информации (количественной и качественной), полученной в процессе проведения психологического обследования          Правила и порядок ведения делопроизводства и электронного документооборота, порядок и сроки представления отчетности          Современные средства информационно-коммуникационных технологий и необходимые компьютерные программы</p> <p><b>Уметь:</b>          Подбирать и применять комплекс диагностических методик для проведения психологического обследования</p>

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
		<p>граждан и трудовых коллективов в соответствии с содержанием их психологических проблем и целями психологического консультирования</p> <p>Соблюдать конфиденциальность в отношении полученной информации</p> <p>Применять методы выявления психологических проблем граждан, обратившихся за консультационной психологической помощью, обусловленных психотравмирующими воздействиями</p> <p>Применять методы изучения уровня развития команд</p> <p>Использовать в работе психологические тесты и опросники для диагностики профессионально важных качеств граждан</p>
ПК-15	Способен осуществлять выбор эффективных методов психологического консультирования для решения заявленных проблем граждан, обратившихся за консультационной психологической помощью, и трудовых коллективов	<p><b>Знать:</b></p> <p>Основные понятия и положения общей психологии и психологии личности, возрастной психологии и психологии развития</p> <p>Основные понятия и положения социальной психологии</p> <p>Основные понятия и положения психодиагностики</p> <p>Основные понятия и положения психологии труда, организационной психологии и психологии управления</p> <p>Основные понятия и положения клинической психологии и психологии зависимостей</p> <p>Основные понятия и положения психологии семьи, семейных отношений, психологические проблемы современной семьи</p> <p>Основные понятия и положения психологии управления конфликтами</p> <p>Теория процесса психологического консультирования и методы психологического консультирования</p> <p>Порядок оказания консультационной психологической помощи населению и трудовым коллективам</p> <p>Основные понятия и положения профориентации и профессионального консультирования</p> <p>Методы проектирования деятельности профессионала, критерии оптимальности и методы оценки проекта деятельности профессионала</p> <p>Методы обработки информации (количественные и качественные), полученной в процессе проведения психологического обследования</p> <p>Современные средства информационно-коммуникационных технологий и необходимые компьютерные программы</p> <p>Правила и порядок ведения делопроизводства и ЭДО, порядок и сроки представления отчетности</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>Подбирать эффективные методы психологического консультирования для решения заявленных проблем граждан и трудовых коллективов</p>

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)
		Адаптировать новые методы и процедуры психологического консультирования к существующим условиям
ПК-25	Способен оказывать консультационную психологическую помощь руководителям трудовых коллективов в решении психологических проблем, возникающих в трудовых коллективах	<p><b>Знать:</b>  Нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность в сфере психологического консультирования  Требования по защите персональных данных при обработке информации  Основные понятия и положения супервизионной деятельности психолога  Методы обработки информации (количественные и качественные), полученной в процессе психологического консультирования граждан и трудовых коллективов  Современные средства информационно-коммуникационных технологий и необходимые компьютерные программы  Правила и порядок ведения делопроизводства и ЭДО, порядок и сроки представления отчетности</p> <p><b>Уметь:</b>  Анализировать результаты реализации мероприятий по оказанию консультационной психологической помощи гражданам и трудовым коллективам  Соблюдать конфиденциальность в отношении полученной информации</p>
ПК-29	Способен разрабатывать профессиональные рекомендации в соответствии с целями психологического консультирования и запросами граждан и трудовых коллективов, обратившихся за консультационной психологической помощью	<p><b>Знать:</b>  Нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность в сфере психологического консультирования  Требования по защите персональных данных при обработке информации  Методы проектирования деятельности профессионала, критерии оптимальности и методы оценки проекта деятельности профессионала  Методы обработки информации (количественные и качественные), полученной в процессе психологического консультирования граждан и трудовых коллективов</p> <p><b>Уметь:</b>  Анализировать результаты реализации мероприятий по оказанию консультационной психологической помощи гражданам и трудовым коллективам  Составлять профессиональные рекомендации в соответствии с целями психологического консультирования и запросами граждан, обратившихся за консультационной психологической помощью, и трудовых коллективов</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».

### Раздел 4. Объем (трудоемкость) дисциплины (общая, по видам учебной работы, видам промежуточной аттестации)

#### Трудоемкость дисциплины и виды учебной нагрузки

##### на очной форме обучения

з.е.	Итого	Лекции	Практические занятия	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация
7 семестр							
3	108	32	32		40		4 Зачет

#### Тематический план дисциплины очная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
7 семестр						
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>						
Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций	6	6	6			18
Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	6	6	6			18
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>						
Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен	6	4	6			16
Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия : объекты, задачи и направления исследования	6	4	6			16
<b>РАЗДЕЛ 3. Психология продвижения и потребления медиапроектов, восприятие и отношение к медиапроектам</b>						

Тема 3.1. Аудитория как объект и субъект коммуникации	4	6	8			18
Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	4	6	8			18
Зачет					4	4
Итого по дисциплине	32	32	40		4	108

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b>		
1	Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций	<p>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, 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>

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
2	Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	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.
<b>РАЗДЕЛ 2. Массмедиа и медиавоздействия</b>		
3	Тема 2.1. Массмедиа как психологический феномен	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.
4	Тема 2.2. Предметное поле исследований медиавоздействия: объекты, задачи и направления исследования	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. 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.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
		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.
<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>

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание темы
6	Тема 3.2. Массмедиа и общественное мнение как социальные институты	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. 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.

### **Занятия семинарского типа (Практические занятия)**

Общие рекомендации по подготовке к практическим 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.

## **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.

## **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.

## **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.

## **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 медиакommunikативного 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.

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

#### ***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.

## Раздел 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы обучающихся могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

### Самостоятельная работа

Наименование разделов, тем	Используемые образовательные технологии
<b>РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы психологии массовых коммуникаций</b> Тема 1.1. Введение в психологию массовых коммуникаций Тема 1.2. Методы психологии массовых коммуникаций	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ; - участие в проведении научных экспериментов, исследований;
<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	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ; - участие в проведении научных экспериментов, исследований;
<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	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции; - выполнение устных упражнений; - выполнение письменных упражнений и практических работ; - выполнение творческих работ; - участие в проведении научных экспериментов, исследований;

### 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).

### 5.1. Примерная тематика 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.
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.

---

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

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.

## **5.2. Примерный перечень тем докладов/рефератов <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.
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.

---

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

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.

### 5.3. Примерная тематика контрольных работ

Тема контрольной работы

*Ссылка на источник*

#### 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. Маклюэн считал, что телевидение создаст нового, гармоничного человека.
7. М. Маклюэн 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

### 6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой	Типовые вопросы и задания	Примеры тестовых заданий
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
УК-3.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
УК-3.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-6 Способен проводить комплекс мероприятий по психологическому обследованию трудового коллектива и обобщение полученной информации		
ПК-6.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-6.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-7 Способен проводить комплекс мероприятий по психологическому обследованию команд		
ПК-7.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-7.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-15 Способен осуществлять выбор эффективных методов психологического консультирования для решения заявленных проблем граждан, обратившихся за консультационной психологической помощью, и трудовых коллективов		
ПК-15.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-15.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-25 Способен оказывать консультационную психологическую помощь руководителям трудовых коллективов в решении психологических проблем, возникающих в трудовых коллективах		
ПК-25.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-25.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ПК-29. Способен разрабатывать профессиональные рекомендации в соответствии с целями психологического консультирования и запросами граждан и трудовых коллективов, обратившихся за консультационной психологической помощью		
ПК-29.1	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ПК-29.2	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
---------	---	---

## 6.2. Типовые вопросы и задания

### Перечень вопросов

1. Взаимодействие понятий «общение», «коммуникация», «информация» и «воздействие» в психологии массовой коммуникации.
2. Массовая коммуникация: определение, виды, функции, механизмы.
3. Массовая коммуникация как форма опосредованного общения.
4. Социально-психологические теории и модели массовой коммуникации.
5. Теория социального научения о роли СМК.
6. Теория культивирования о роли СМК.
7. Теория социализации о роли СМИ.
8. Теория использования и удовлетворения о роли СМК.
9. Когнитивная теория массовой коммуникации.
10. Источник сообщения в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.
11. Аудитория массовой коммуникации. Проблемы психографики.
12. Структура личности как база восприятия информации.
13. Потребности, мотивы и интересы аудитории.
14. Роль стереотипа в процессах массовой коммуникации.
15. Роль установки в процессах массовой коммуникации.
16. Сообщение в массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.
17. Средства массовой коммуникации как элемент цепи массовой коммуникации.
18. Особенности печати как средства массовой коммуникации.
19. Особенности радио как средства массовой коммуникации.
20. Особенности телевидения как средства массовой коммуникации.
21. Особенности компьютерных сетей как средства массовой коммуникации.
22. Особенности мобильной связи как средства массовой коммуникации.
23. Массовые действия: определение, типология, психологические механизмы.
24. Психологическая динамика массовых действий.
25. Барьеры массовой коммуникации.
26. Внимание как фактор массовой коммуникации.
27. Восприятие как фактор массовой коммуникации.
28. Память в процессе восприятия информации.
29. Понимание сообщения как фактор функционирования массовой коммуникации.
30. Мышление в процессе восприятия информации.
31. Основные психологические эффекты массовой коммуникации: объективные и субъективные факторы.
32. Организация эмоционального восприятия информационного сообщения.
33. Классификации методов психологического воздействия СМИ.
34. Классификация методов психологического воздействия ТВ передачи.
35. Манипуляция в массовой коммуникации: признаки, условия, модели.
36. Манипулятивные приёмы воздействия в практике СМИ, рекламы и паблик рилейшенз.
37. Мифодизайн как манипулятивная технология
38. Применение НЛП в массовой коммуникации.
39. Психологическая безопасность массовой коммуникации: проблема определения, направления исследований.
40. Психологические последствия негативного воздействия СМИ.
41. Факторы психологической эффективности массовой коммуникации.
42. Модель комплексного анализа коммуникативного акта. Психологическая эффективность массовой коммуникации: методы и методики измерения.

43. Моделирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
44. Контент-анализ как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
45. Фокус-группа как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
46. Анкетирование как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
47. Наблюдение как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
48. Психосемантический метод в психологической экспертизе массовой коммуникации.
49. Интервью как метод психологической экспертизы массовой коммуникации.
50. Создание психологического портрета создателя сообщения – творческой группы (составить план исследования).
51. Исследования самовосприятия коммуникатора (составить план исследования).
52. Исследования образа коммуникатора у аудитории (составить план исследования).
53. Создание психологического портрета аудитории СМИ (составить план исследования).
54. Создание психологического портрета коммуникативного сообщения (составить план исследования).
55. Исследование коммуникативного стиля ТВ или радиопередачи (составить план исследования).
56. Дать развернутое описание порядка осуществления поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач.
57. Провести анализ любой проблемной ситуации как системы, выявляя ее составляющие и связи между ними.
58. Привести критерии критической оценки надежности источников информации.
59. Дать развернутое описание принципов практических действий в области системного анализа проблемных ситуаций различного генезиса.
60. Перечислить задачи и принципы психологического просвещения в образовательной организации с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.
61. Указать формы и направления, приемы и методы психологического просвещения с учетом образовательных потребностей и индивидуальных возможностей обучающихся.
62. Раскрыть основы педагогики, формы и способы обучения взрослых участников образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся.
63. Дать характеристику принципам осуществления психологического просвещения педагогов, преподавателей, администрации образовательной организации и родителей (законных представителей) по вопросам психического развития детей и обучающихся.
64. Описать порядок разработки и реализации программ повышения психологической компетентности субъектов образовательного процесса, работающих с различными категориями обучающихся.
65. Перечислить методы педагогики взрослых для психологического просвещения субъектов образовательного процесса, в том числе с целью повышения их психологической культуры.
66. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций.
67. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области психологии дошкольного, младшего школьного, подросткового, юношеского возраста.
68. Дать развернутую характеристику способам информирования субъектов образовательного процесса о формах и результатах своей профессиональной деятельности.
69. Указать способы ознакомления педагогов, преподавателей, администрации образовательных организаций и родителей (законных представителей) с основными условиями психического развития ребенка (в рамках консультирования, педагогических советов).
70. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации.
71. Дать характеристику принципам просветительской работы с родителями (законными представителями) по принятию особенностей поведения, миропонимания, интересов и склонностей, в том числе одаренности ребенка.
72. Указать и охарактеризовать способы информирования о факторах, препятствующих развитию личности детей, воспитанников и обучающихся о мерах по оказанию им различного вида психологической помощи.

73. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы, журналы, психологические заключения и отчеты).
74. 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.
75. 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.
76. 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.
77. 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.
78. 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.
79. 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.
80. Продемонстрировать навыки преподавания, ведения дискуссий, презентаций.
81. 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.
82. 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).
83. 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.
84. Перечислить способы ознакомления педагогов, преподавателей и администрации образовательных организаций с современными исследованиями в области профилактики социальной адаптации.
85. Дать характеристику способам оказания помощи в формировании психологической культуры субъектов образовательного процесса.
86. 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.
87. Указать принципы ведения профессиональной документации (планы работы, протоколы,

- журналы, психологические заключения и отчеты).
88. Перечислить основные задачи, решаемые конкретными органами и организациями социальной сферы.
  89. Раскрыть суть социальной психологии, психологии малых групп.
  90. Дать характеристику национальным и региональным особенностям быта и семейного воспитания (народные традиции, этнокультурные и конфессиональные особенности воспитания).
  91. Раскрыть суть психологии семьи, консультирования семьи, кризисов семьи.
  92. Перечислить проблемы социализации, социальной адаптации и дезадаптации, характеристики социальной среды.
  93. Указать современные направления молодежных движений.
  94. Перечислить основы безопасности жизнедеятельности человека и окружающей среды.
  95. Раскрыть суть психологии кризисных состояний, психологию экстремальных ситуаций, психологию горя, потери, утраты.
  96. Указать основные принципы документооборота.
  97. Раскрыть принципы проведения анализа обращений и запросов населения, органов и организаций социальной сферы для корректировки программ психологического просвещения.
  98. Описать принципы и порядок разработки и согласования регламентов с органами и организациями социальной сферы.
  99. Дать характеристику возможностям использования результатов мониторинга психологической безопасности и комфортности среды при разработке плана психологического просвещения и проведения информационных консультаций.
  100. Указать правила подбора и разработки инструментария для оценки результативности работы по психологическому просвещению и возможностям оказания психологических услуг.
  101. Перечислить все формы и методы психологического просвещения, в том числе активные методы.
  102. Охарактеризовать правила изложения любым слоям населения информации о психологических услугах.
  103. Описать принципы и порядок создания наглядных материалов для психологического просвещения.
  104. Указать способы преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в проведении психологического просвещения.
  105. Перечислить критерии оценки результативности психологического просвещения без нарушения этических норм и прав человека.
  106. Указать основные принципы использования современных технологий работы с информацией, сетевыми ресурсами и программами.
  107. Указать принципы ведения документации и служебной переписки.
  108. Раскрыть принципы разработки плана психологического просвещения населения, работников органов и организаций социальной сферы.
  109. Перечислить способы доведения до сведения государственных и муниципальных органов, организаций социальной сферы информации о перечне психологических услуг и возможности их получения.
  110. Указать принципы и правила разработки рекомендаций для работников органов и организаций социальной сферы по психологическому просвещению с учетом конкретных задач, решаемых ими.
  111. Указать принципы и правила организации волонтерских проектов и программ, ориентированных на повышение мотивации в получении психологической помощи.
  112. Описать правила подготовки для СМИ информации о психологических услугах в социальной сфере (ролики, передачи на теле- и радиоканалах и т.д.).
  113. Раскрыть принципы и правила проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг.
  114. Указать способы привлечения к психологическому просвещению граждан, успешно завершивших программы психологической помощи.
  115. Перечислить принципы и правила обобщения и оценки результатов работы по психологическому просвещению в целях формирования рекомендаций для ее

совершенствования.

116. Раскрыть порядок учета проведенных работ.

### 1. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находятся в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
УК-3	<p>Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является на современном этапе (сделать выбор из перечня):</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Массовая коммуникация.</li><li>Массовые коммуникации.</li><li>Психологические процессы масс.</li><li>Закономерности массовых явлений.</li><li>Опосредованное общение с помощью технических средств.</li></ol> <p style="text-align: center;">№ 2</p> <p>Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>распространение знаний о действительности, информирование;</li><li>социальный контроль и управление;</li><li>интеграция общества и его саморегуляция;</li><li>формирование общественного мнения;</li><li>социальное воспитание;</li><li>распространение культуры;</li><li>социальная активация личности;</li><li>самоутверждение (самопознание и самореализация);</li><li>социальная идентификация;</li><li>социальная релаксация.</li></ol> <p style="text-align: center;">№ 3</p> <p>Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер на пути влияния массовой коммуникации:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Да.</li><li>Нет.</li><li>Зависит от ситуации.</li></ul>
ПК-6	<p style="text-align: center;">№ 4</p> <p>Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Источник.</li><li>Средства.</li><li>Аудитория.</li><li>Сообщения.</li><li>Текст.</li><li>Персональный компьютер.</li></ol> <p style="text-align: center;">№ 5</p>

	<p>Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. идентификация,</li> <li>2. эмпатия,</li> <li>3. аттракция,</li> <li>4. персонификация,</li> <li>5. когнитивный баланс,</li> <li>6. олицетворение,</li> <li>7. символизация,</li> <li>8. социальная рефлексия,</li> <li>9. социальная перцепция.</li> </ol> <p style="text-align: right;">№ 6</p> <p>Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации «убеждение, внушение, заражение, ...».</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. NLP.</li> <li>2. Стереотипизация.</li> <li>3. Формирование установок.</li> <li>4. Формирование потребностей.</li> <li>5. Формирование мотивов.</li> <li>6. Формирование ожиданий.</li> <li>7. Формирование интересов.</li> <li>8. Формирование коллективных представлений.</li> <li>9. Формирование коллективных предрассудков.</li> <li>10. Огруппление мышления.</li> <li>11. Обучение.</li> <li>12. Подражание.</li> </ol>
<p><b>ПК-7</b></p>	<p style="text-align: right;">№ 7</p> <p>Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. утаивание информации,</li> <li>2. смещение акцентов,</li> <li>3. искажение информации,</li> <li>4. логические ловушки,</li> <li>5. мода,</li> <li>6. универсальные высказывания,</li> <li>7. неявные указания на общепризнанные нормы,</li> <li>8. иллюзии взаимопонимания,</li> <li>9. реклама,</li> <li>10. пропаганда.</li> </ol> <p style="text-align: right;">№ 8</p> <p>В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. когнитивный уровень,</li> <li>2. уровень потребностей,</li> <li>3. мотивационный уровень,</li> <li>4. аксиологический уровень,</li> <li>5. аффективный уровень,</li> </ol>

	<p>6. поведенческий уровень. № 9</p> <p>Методы активизации творческого мышления журналиста включают (выбрать правильные ответы)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. метод записной книжки,</li> <li>2. метод аналогий,</li> <li>3. метод ассоциаций,</li> <li>4. «мозговой штурм»,</li> <li>5. измененные состояния сознания.</li> </ol>
<p><b>ПК-15</b></p>	<p>№ 10</p> <p>Психологическая эффективность массовой коммуникации, это, в первую очередь:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.</li> <li>2. Удовлетворенность характеристиками общения.</li> <li>3. Гармония социального взаимодействия.</li> <li>4. Наличие обратной связи.</li> </ol> <p>№11</p> <p>Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Г. Тард</li> <li>• Джо Бруммель;</li> <li>• Е. Тремнер</li> <li>• Р. Барт</li> </ul> <p><b>36. Сколько стратегий поведения личности в конфликте выделяется в двухмерной модели:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) 1;</li> <li>б) 2;</li> <li>в) 3;</li> <li>г) 4;</li> <li>д) 5.</li> </ol>
<p><b>ПК-25</b></p>	<p><b>40. Какие из перечисленных ниже способов избавления от гнева разработаны Д. Скотт:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) визуализация, «заземление», проецирование, очищение ауры;</li> <li>б) визуализация, сублимация, проецирование, «заземление»;</li> <li>в) регрессия, сублимация, визуализация;</li> <li>г) визуализация, выдержка, сублимация, очищение ауры;</li> <li>д) сублимация, рационализация, регрессия, визуализация.</li> </ol> <p><b>41. Сколько моделей поведения партнеров в переговорном процессе выделяют в литературе по конфликтологии:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>а) 1;</li> <li>б) 2;</li> <li>в) 3;</li> </ol>

	<p>г) 4; д) 5.</p> <p><b>42. В рамках какой стратегии в переговорном процессе ставится основная цель – выигрыш за счет проигрыша оппонента:</b> а) «выигрыш – выигрыш»; <b>б) «выигрыш – проигрыш»;</b> в) «проигрыш – проигрыш»; г) «проигрыш – выигрыш»; д) «выигрыш – проигрыш» и «проигрыш – выигрыш».</p>
<b>ПК-29</b>	<p><b>43. Внутриличностный конфликт – это:</b> а) глубокие эмоциональные переживания личностью своих неудач; б) состояние тревоги, вызываемое предстоящей сложной ситуацией; <b>в) столкновение противоположно направленных мотивов личности;</b> г) столкновение противоположно направленных поведенческих характеристик личности; д) внутренние колебания личности, стоящей перед выбором средств для достижения конкретной цели.</p> <p><b>44. Кому из ученых принадлежит разработка учения о борьбе между эросом и танатосом, как природной основе внутриличностных конфликтов:</b> <b>а) З. Фрейду;</b> б) А. Адлеру; в) К. Юнгу; г) Э. Фромму; д) К. Левину.</p> <p><b>45. Кому из ученых принадлежит разработка учения об экстраверсии и интроверсии, как объективной природе внутриличностных конфликтов:</b> а) З. Фрейду; б) А. Адлеру; <b>в) К. Юнгу;</b> г) Э. Фромму; д) К. Левину.</p>

#### 6.4. Оценочные шкалы

##### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

### **Шкала оценивания при письменной работе**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <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	Обучающийся демонстрирует: <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>

#### **6.4.2. Оценивание самостоятельной 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**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <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	Обучающийся демонстрирует: <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>

#### **6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий 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**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	Обучающийся должен: <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>
Неудовлетворительно	Обучающийся демонстрирует: <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>

#### **Шкала оценивания на зачете**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
«Зачтено»	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
«Не зачтено»	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного

	материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.
--	--

#### 6.4.4. 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%

#### 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

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 (кейс) – 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 последствий 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 7. Методические указания для обучающихся по основанию 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 Университета. 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, экзамену. К зачету, экзамену 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.

### **7.1. 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.

## **7.2. 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.

## **7.3. 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 общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

## **Раздел 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплин**

Основная литература:

1. Берн, Э. Трансактный анализ в психотерапии: системная индивидуальная и социальная психиатрия / Э. Берн ; под редакцией В. Калиненко ; перевод А. Калмыкова, В. Калиненко. — Москва : Академический проект, 2020. — 311 с. — ISBN 978-5-8291-2693-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART :

- [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110010.html> (дата обращения: 23.12.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кочюнас, Р. Психологическое консультирование : учебное пособие для вузов / Р. Кочюнас. — 10-е изд. — Москва : Академический проект, 2020. — 223 с. — ISBN 978-5-8291-2743-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110003.html> (дата обращения: 26.09.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Основы психотерапии : учебник / А.Н. Романин. — Москва : КноРус, 2016 — 676 с. [Электронный ресурс]-<http://book.ru>
3. Ступницкий, В. П. Психология : учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2025. — 516 с. — ISBN 978-5-394-05587-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152487.html> (дата обращения: 11.07.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### Дополнительная литература:

1. Спиженкова, М. А. Психологическое консультирование : учебно-методическое пособие / М. А. Спиженкова. — Саратов : Вузовское образование, 2020. — 127 с. — ISBN 978-5-4487-0640-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89682.html> (дата обращения: 30.05.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Писаревский К.Л. Психологическое консультирование. Теория и практика : учебное пособие для вузов / Писаревский К.Л., Савинков С.Н.. — Москва : Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2023. — 308 с. — ISBN 978-5-98699-408-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138389.html> (дата обращения: 12.03.2026). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### **8.1. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата**

8.1.1. Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей). В Университете имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

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

**Электронная информационно-образовательная среда Университета включает:**

1. Официальный сайт Университета (<https://www.iile.ru/>)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>
4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>

5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, дополнительное соглашение № Д-5479/6 о пролонгации договора до 01.06.2026г.) <http://212.48.35.211:85/>

8.1.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

**Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:**

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

8.1.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

**Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

8.1.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Раздел 9. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	<u>Оборудование:</u> специализированная мебель (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная навесная), стол преподавателя, стул преподавателя. <u>Технические средства обучения:</u> персональный компьютер; мультимедийное оборудование (проектор, экран).
Помещение для самостоятельной работы	Специализированная мебель (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета