

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 02.12.2021 15:25:57

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Социальные технологии и гуманитарные науки»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.О.29 Психология массовых коммуникаций

Направление подготовки:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) программы бакалавриата:

«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2020 г.

Рабочая учебная программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512 (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации 29.06.2017 г. регистрационный № 47220).

Разработчик РПД:

старший преподаватель
(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

Д. С. Калинина
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Директор научной библиотеки

(подпись)

В. Н. Еремина

Начальник управления по информатизации

(подпись)

В. В. Обухов

РПД утверждена на заседании кафедры «Социальные технологии и гуманитарные науки»
« 20 » 05 20 20 г., протокол № 9 .

Заведующий кафедрой,

д.с.н., доцент
(уч. степень, уч. звание)

(подпись)

С. В. Явон
(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического отдела

(подпись)

Н. М. Шемендюк

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета Протокол № 6 от 20.05.2020 г.

Срок действия рабочей программы дисциплины до 26.06.2024 г.

АННОТАЦИЯ

Б.1.О.29 Психология массовых коммуникаций

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Модуль общепрофессиональных дисциплин).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: - каналы коммуникации и психологическую сущность коммуникационного процесса; - причины удачной и неудачной коммуникации в сфере бизнеса; - направленность массовых коммуникаций и ситуации, где ее необходимо использовать; специфику современных средств массовой коммуникации; - цели, задачи, особенности исследований при проведении массовых коммуникаций; негативные эффекты массовой коммуникации в сфере бизнеса; Умеет: - использовать современные средства массовой коммуникации; планировать и организовывать деятельности коммерческих структур; - осуществлять мониторинг деятельности коммерческих структур; Владет: - методами осуществления эффективной межличностной и массовой коммуникации; - навыками подготовки и проведения PR-акций; - технологиями формирования индивидуального и корпоративного имиджа; - технологией проведения исследований при организации массовых коммуникаций; - навыками борьбы с последствиями негативных эффектов массовой коммуникации в сфере бизнеса.	
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы		
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом		

Краткое содержание дисциплины:

СМИ и психологические эффекты массовой коммуникации.

Психические процессы и состояния в массовой коммуникации.

Психология массового поведения и пропаганда.

Психология рекламного воздействия.

Психология слухов.

Психология имиджа, как носителя массовой информации и мода.

Психология творчества в коммуникационных процессах.

Психологические исследования массовой коммуникации и психология менеджмента массовой коммуникации.

ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины - освоение обучающимися теоретических знаний об основных категориях современной психологии массовых коммуникаций, формирование у них навыков управления процессами массовой коммуникации.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: - каналы коммуникации и психологическую сущность коммуникационного процесса; - причины удачной и неудачной коммуникации в сфере бизнеса; - направленность массовых коммуникаций и ситуации, где ее необходимо использовать; специфику современных средств массовой коммуникации; - цели, задачи, особенности исследований при проведении массовых коммуникаций; негативные эффекты массовой коммуникации в сфере бизнеса; Умеет: - использовать современные средства массовой коммуникации; планировать и организовывать деятельности коммерческих структур; - осуществлять мониторинг деятельности коммерческих структур; Владет: - методами осуществления эффективной межличностной и массовой коммуникации; - навыками подготовки и проведения PR-акций; - технологиями формирования индивидуального и корпоративного имиджа; - технологией проведения исследований при организации массовых коммуникаций; - навыками борьбы с последствиями негативных эффектов массовой коммуникации в сфере бизнеса.	
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы		
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом		

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Модуль общепрофессиональных дисциплин).

Освоение дисциплины осуществляется в 5 семестре (очная форма обучения).

Дисциплины, на освоении которых базируется данная дисциплина:

- Основы теории коммуникации
- Социальная психология и педагогика
- Социология массовых коммуникаций

Дисциплины, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины:

- Спичрайтинг и копирайтинг
- Создание рекламного продукта
- Управление проектами в рекламе и связях с общественностью

Основные положения дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **7 з.е. (252 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час
Формат изучения дисциплины (традиционный или с использованием элементов электронного обучения)	с использованием элементов электронного обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	252
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	74 / -
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	28 / -
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	46 / -
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	151 / -
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	151 / -
Выполнение курсового проекта / курсовой работы	- / -
Контроль (часы на экзамен, зачет)	27 / -
Промежуточная аттестация	экзамен

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной, заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоёмкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 1. СМИ и психологические эффекты массовой коммуникации	2				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №1. СМИ и психологические эффекты массовой коммуникации			4		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				19	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 3. Психология массового поведения и пропаганда	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №3. Психология массового поведения и пропаганда			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				18	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 4. Психология рекламного воздействия	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №4. Психология рекламного воздействия			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				19	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
						Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 5. Психология слухов	2				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №5. Психология слухов			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				18	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 6. Психология имиджа, как носителя массовой информации и мода	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №6. Психология имиджа, как носителя массовой информации и мода			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				19	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 7. Психология творчества в коммуникационных процессах	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №7. Психология творчества в коммуникационных процессах			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				18	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.	Тема 8. Психологические исследования массовой коммуникации и психология менеджмента массовой коммуникации	4				Лекция-визуализация
	Практическое занятие №8. Психологические исследования массовой коммуникации и психология менеджмента массовой коммуникации			6		Семинар-дискуссия
	Самостоятельная работа				20	Самостоятельное изучение учебных материалов Подготовка докладов / сообщений к семинарским занятиям

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы проведения учебной работы
		Контактная работа			Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Лабораторн ые работы, час	Практическ ие занятия, час		
						Подготовка презентации Выполнение практических заданий Выполнение индивидуальной работы
	ИТОГО	28	-	46	151	

Формы и критерии текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (технологическая карта)

Формы текущего контроля	Условия допуска	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Доклад/сообщение	допускаются все студенты	4	5	20
Презентация	допускаются все студенты	4	5	20
Практические задания	допускаются все студенты	5	10	50
Индивидуальная работа	допускаются все студенты	1	10	10
	Итого по дисциплине			100 баллов

Форма проведения промежуточной аттестации	Условия допуска	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
		Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Экзамен (по накопительному рейтингу или компьютерное тестирование)	допускаются все студенты	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
		пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
				70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде университета (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- репродуктивные технологии;
- технологии развивающего обучения;
- практико-ориентированные технологии.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами. Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено

числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- выполнение и анализ практических заданий;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

4.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС).

Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование: Магистратура). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069342> (дата обращения: 15.05.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный.
2. Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О. Г. Кузьмина, О. Ю. Посухова. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=328133> (дата обращения: 09.05.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-369-01756-2. - Текст : электронный.
3. Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова ; под ред. А. М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048186> (дата обращения: 15.05.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-369-01663-3. - Текст : электронный.
4. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 5-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Глоссарий. - URL: <https://znanium.com/read?id=358540> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03544-9. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие для вузов по направлению 38.03.02 "Менеджмент" / С. А. Варакута. - Документ read. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. : табл. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=367327> (дата обращения: 13.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-16-003443-0. - 978-5-16-101780-7. - Текст : электронный.
2. Гундарин, М. В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейнз : учеб. пособие для вузов по специальности "Связи с общественностью" / М. В. Гундарин. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2007. - 334 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-91134-150-3. - 978-5-16-003152-1 : 134-09;121-88;88-99. - Текст : непосредственный.
3. Журавлев, А. Л. Социальная психология : учебное пособие / А. Л. Журавлев, В. А. Соснин, М. А. Красников ; под общ. ред. А. Л. Журавлева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ, 2020. — 496 с. — (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1042114> (дата обращения: 15.05.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-91134-494-8. - Текст : электронный.
4. Истратова, О.Н. Психология эффективного общения и группового взаимодействия : учеб. пособие / О.Н. Истратова, Т.В. Эксакусто. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 192 с. - URL:

- <https://znanium.com/catalog/product/1039716> (дата обращения: 15.04.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-9275-2848-6. – Текст : электронный.
5. Кашапов, М. М. Психология творческого мышления : учебное пособие / М.М. Кашапов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 436 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/22371. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1194866> (дата обращения: 15.04.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-16-011594-8. - Текст : электронный.
 6. Королев, Л. М. Социальная психология : учебник для бакалавров / Л. М. Королев. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 208 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081785> (дата обращения: 15.05.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-394-03134-2. - Текст : электронный.
 7. Кравченко, Ю. Е. Психология эмоций. Классические и современные теории и исследования : учебное пособие / Ю.Е. Кравченко. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 544 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1142562> (дата обращения: 15.04.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-00091-706-0. - Текст : электронный.
 8. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии : учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" / В. Ф. Кузнецов ; Ин-т гуманитар. образования и информ. технологий. - Изд. 3-е, испр. и перераб. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 302 с. : ил., табл. - (Учебники для вузов). - ISBN 978-5-7567-0538-6 : 198-71;220-77;167-20. - Текст : непосредственный.
 9. Савардунова, В. Н. Психология познавательных процессов: Курс лекций / Савардунова В.Н. - Рязань:Академия ФСИН России, 2011. - 199 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/773291> (дата обращения: 15.04.2020). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-7743-0443-1. - Текст : электронный.
 10. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учеб. для студентов бакалавриата по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2018. - 486 с. - (Учебные издания для бакалавров). - URL: <https://znanium.com/read?id=358566> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный.
 11. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение "Четвертой волны") : учеб. пособие по специальностям "Связи с общественностью", "Реклама", "Социология" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и образования, Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2017. - 259 с. - Слов. - URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415250> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02257-9. - Текст : электронный.
 12. Шарков, Ф. И. Коммуникология : Энциклопедический словарь-справочник : учеб. пособие для подгот. бакалавров и магистров рекламы и связей с общественностью / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 3-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К [и др.], 2019. - 766 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358389> (дата обращения: 15.04.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-02169-5. - Текст : электронный.
 13. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и соц. отношений, Каф. связей с общественностью. - Москва : Акад. проект ; Екатеринбург : Деловая кн., 2007. - 300 с. - (Gaudeamus. Социология). - Глоссарий. - ISBN 5-8291-0788-0. - 5-88687-175-6 : 103-70;96-03;87-56;96-03. - Текст : непосредственный.
 14. Шарков, Ф. И. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, А. А. Родионов ; Акад. труда и соц. отношений, Каф. связей с общественностью. - Москва : Акад. проект ; Екатеринбург :

Деловая кн., 2007. - 300 с. - (Gaudeamus. Социология). - Глоссарий. - ISBN 5-8291-0788-0. - 5-88687-175-6 : 103-70;96-03;87-56;96-03. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2020). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.
2. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : сайт. - URL : <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
3. КУБ - электронная библиотека : сайт. - URL : <http://www.koob.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
4. Университетская информационная система РОССИЯ : сайт. - URL : <http://uisrussia.msu.ru> (дата обращения: 15.05.2020). - Текст : электронный.
5. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
6. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
7. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.02.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети «Интернет».

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

8.1.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям (темы докладов/сообщений и презентаций)

Практическое занятие №1. СМИ и психологические эффекты массовой коммуникации

1. Массовое сознание: психологическое и социально-психологическое измерение.
2. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
3. Аудитория массовой коммуникации.
4. Механизмы психологической защиты в массовой коммуникации.
5. Связь с аудиторией в теле-, радио-, интернет-коммуникациях.

Практическое занятие №2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации

1. Коммуникационный процесс и СМИ.
2. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
3. Психологические эффекты в массовой коммуникации.
4. Коммуникативные барьеры и ошибки в процессе коммуникации.
5. Роль эмоций в восприятии массовой информации.

Практическое занятие №3. Психология массового поведения и пропаганда

1. Пропаганда и агитация в деятельности СМИ.
2. Манипулирование: природа, способы, последствия.
3. Особенности коммуникаций лидеров масс (политических и общественных деятелей, артистов, актеров и т.д.).
4. Способы побуждения людей к действию.
5. Формы манипулирования общественным мнением.

Практическое занятие №4. Психология рекламного воздействия

1. Психология рекламного воздействия: когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты.
2. Психология восприятия рекламы потребителем.
3. Игровые приемы в рекламе.
4. Социальные и половозрастные стереотипы в рекламе.
5. Мотивация и психологические задачи в рекламе.

Практическое занятие №5. Психология слухов

1. Слухи как отражение общественного мнения и общественных настроений.
2. Социально-психологические факторы распространения слуха.
3. Экспрессивные слухи в массовой коммуникации.
4. Борьба со слухами.
5. Роль личного интереса в распространении слухов.

Практическое занятие №6. Психология имиджа, как носителя массовой информации и мода

1. Язык массовой коммуникации.
2. Социальный стереотип как важнейшая составляющая имиджа.
3. Психологические и социально-психологические аспекты возникновения и распространения моды.

4. История изучения моды.
5. Роль психологии массовой коммуникации в формировании корпоративной культуры.

Практическое занятие №7. Психология творчества в коммуникационных процессах

1. Психологические аспекты творческой деятельности.
2. Творческие способности и творческое мышление.
3. Методы активизации творческого мышления.
4. Креатив в PR и рекламной деятельности.
5. Психология творчества PR-мена, создателя рекламы.

Практическое занятие №8. Психологические исследования массовой коммуникации и психология менеджмента массовой коммуникации

1. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
2. Фокус-группа. Правила проведения фокус-групп.
3. Р. Мертон и П. Лазарсфельд о социальной роли массовой коммуникации.
4. Б. Берельсон, Э. Катц и Г. Годэ о «двухступенчатом потоке коммуникации».
5. Возможности бихевиоризма, теории групповой динамики, когнитивизма, интеракционизма, социометрии и других учений и школ в изучении массовой коммуникации.

8.1.2. Примерные практические задания

Задание 1.

Сделайте сравнительный анализ межличностного и опосредованного (с помощью СМИ) видов общения.

Критерии сравнения	Виды общения	
	Межличностное общение	Общение в условиях массовой коммуникации
Наличие посредника в общении		
Субъекты общения		
Характер общения		
Наличие обратной связи		
Соблюдение норм		
Коммуникатор		
Реципиент		
Распределение коммуникативных ролей		
Характер восприятия сообщения		
Социальная или индивидуальная ориентированность общения		
Другое (впишите)		

Задание 2.

«Товарный знак – часть фирменного стиля, его функции многообразны. В психологическом плане для потребителя наличие товарного знака выступает как гарантия высокого качества (обеспечивает надежную гарантию качества)...».

Продолжите характеристику роли и значения товарного знака, попеременно раскрывая гарантирующую, индивидуализирующую, рекламную и охранную функции товарного знака.

Задание 3.

Опираясь на общее представление об аудитории массовой коммуникации, раскройте специфические особенности аудитории информационного пространства моды.

Задание 4.

Опишите 2-3 примера аномального психического состояния (личности, группы, аудитории) в массовой коммуникации.

Задание 5.

Коммуникативная эффективность рекламы складывается из следующих уровней: когнитивный уровень (влияние рекламы на изменение знаний о фирме, ее товарах и услугах), аффективный уровень (влияние рекламы на формирование позитивного отношения к ней), поведенческий (конативный) уровень (влияние рекламы на формирование намерений вступить в контакт с фирмой или приобрести ее товары).

Оцените качество рекламной деятельности какой-либо организации, исходя из этих факторов.

8.1.3. Примерные темы индивидуальных работ

1. Массовая коммуникация как социально-психологическое явление.
2. Особенности общения в условиях массовой коммуникации.
3. Коммуникация в современном глобальном обществе.
4. Массовая коммуникация и межличностное общение: сходство и различие.
5. Средства массовой коммуникации и их особенности (психологический аспект).
6. Психология процесса коммуникации.
7. Развитие социально-психологических исследований массовой коммуникации.
8. Психологические эффекты массовой коммуникации.
9. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.
10. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
11. Особенности познавательных психических процессов в массовой коммуникации.
12. Аудитория массовой коммуникации.
13. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ.
14. Слух как СМИ. Природа и разновидности слухов в массовой коммуникации.
15. Развитие социально-психологических исследований эффективности массовой коммуникации.
16. Психология творчества в коммуникативном процессе.
17. Мода как феномен массовой коммуникации.
18. Психологические аспекты функционирования моды и модного поведения.
19. Психология корпоративной символики.
20. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
21. PR и пропаганда: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты).
22. PR и реклама: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты).
23. Психологическое воздействие в рекламе.
24. Психологическая эффективность рекламы.
25. Социально-психологические особенности функционирования и восприятия важнейших каналов массовой коммуникации.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе промежуточной аттестации по дисциплине

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен: по результатам накопительного рейтинга или компьютерного тестирования (очная форма обучения).

Примерный перечень тестовых заданий

(ОПК-4: ИОПК-4.2.; ОПК-5: ИОПК-5.2.; ОПК-7: ИОПК-7.1., ИОПК-7.2.)

1. Социально-психологическая общность, характеризующаяся отсутствием какой-либо структуры, размытостью состава и ситуативностью, называется:

- масса
 - толпа
 - аудитория
2. Неосознанное (или осознанное) влияние одного человека на другого, вызывающее определенные изменения в его психологии и поведении:
 - восприятие
 - внушение
 - подражание
 3. Исследования массовой коммуникации приобретают практическую направленность в связи:
 - с проведением пропагандистских акций
 - с созданием новейших средств массовой коммуникации
 - с потребностями информировать и развлекать
 - данные исследования носят только теоретический характер
 4. Основные направления эмпирических исследований массовой коммуникации:
 - исследование продажи медиа-продукции
 - исследование производства медиа-продукции
 - исследование содержания медиа-продукции
 - исследование потребления медиа-продукции
 5. Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является....
 - непосредственность общения
 - опосредованность общения
 - свобода общения
 - масштаб общения
 6. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна.....обратная связь.
 - отсроченная
 - прямая
 - косвенная
 - латентная
 7. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна...
 - массовость субъектов общения
 - единичность субъектов общения
 - отсутствие субъектов общения
 - отсутствие объектов общения
 8. «Психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации» называется...
 - установкой
 - стереотипом
 - ощущением
 - восприятием
 9. К видам слухов относят...
 - слух-желание
 - субъективный слух
 - объективный слух

- проективный слух

10. Толпа, которая состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности:

- экспрессивная
- стяжательская
- агрессивная
- паническая

Регламент проведения компьютерного тестирования

Кол-во заданий в банке вопросов	Кол-во заданий, предъявляемых студенту	Время на тестирование, мин.
не менее 100	30	30

Полный фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме компьютерного тестирования размещен в банке вопросов данного курса дисциплины в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации обучающимся предоставляется возможность пройти тест самопроверки. Тест для самопроверки по дисциплине размещен в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/> в свободном для студентов доступе.