Министерство образования и науки Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и бизнесе

Рабочая программа по дисциплине
ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования программы по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки - **Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с общественностью»

_____ **Фейлинг Т.Б.**

Утверждаю
Председатель УМС _____ **И.И. Палкин**

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
24 06 **2021 г., протокол №** 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
Кафедры ИТУвГСБ
14 апреля 2021 г., протокол № 10

Зав. кафедрой _____ **Фирова И.П.**

Автор-разработчик:

_____ **Каткова Т.В.**

Санкт-Петербург 2021

1. Цель и задачи освоения дисциплины «Психология массовой коммуникации»

Цель освоения дисциплины:

формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области психологии массовой коммуникации используемых в связях с общественностью для оценки влияния средств массовой коммуникации на целевые аудитории.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов понимания роли и значения психологии массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка у студентов устойчивых знаний о ключевых разделах психологии массовой коммуникации;
- формирование представления об особенностях применения современного инструментария основных методик и техник психологии массовой коммуникации, используемых в практике специалиста по связям с общественностью;
- формирование способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах, медиапродуктах, и коммуникационных продуктах прогнозировать результат психологического воздействия в области связей с общественностью и оценивать его эффективность.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» относится к обязательной части ОПОП, обеспечивающей подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Для освоения данной дисциплины необходимыми являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Введение в профессиональную деятельность», «Деловые коммуникации», «Информационная безопасность и защита информации», относящиеся к обязательной части ОПОП. Параллельно с данной дисциплиной изучаются дисциплины: «Проектная деятельность», «Основы менеджмента», относящиеся к обязательной части ОПОП.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Психология массовой коммуникации» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в профессионально-творческой и преддипломной практиках, а также для подготовки ВКР.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: **ОПК-2 (ОПК-2.1, ОПК-2.2)**

Таблица компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	**Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции**	**Результаты обучения**
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	**ОПК-2.1.** Ориентируется в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития.	**Знать** принципы системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. **Уметь** ориентироваться в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития. **Владеть** навыками определения круга задач в системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития.
	ОПК-2.2 Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	**Знать** основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов **Уметь** анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов **Владеть** навыками анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

4. Структура и содержание дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 144 ак. часа, 4 зачетных единиц.

4.1. Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	**Всего часов**
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины08	**144**
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	**56**
в том числе:	
лекции	**28**
практические занятия	**28**
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	**88**
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	**Экзамен**

4.2 Структура дисциплины

Раздел и тема дисциплины	**Семестр**	**Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.**			**Формы текущего контроля успеваемости**	Формируемые компетенции	Индикаторы достижений
		Лекции	**Семинар Практич.**	**Самост. работа**			
Тема 1. Подходы к изучению массовой коммуникации.		**2**	**2**	**6**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 2. Массовая коммуникация как источник информации		**2**	**2**	**6**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 3. Механизмы		**2**	**2**	**6**	Обсуждение	ОПК-2	ОПК-2.1,

убеждения в массовой коммуникации					актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады		ОПК-2.2
Тема 4. Факторы убеждения в массовой коммуникации		**2**	**2**	**6**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 5. Обучение в массовой коммуникации		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 6. Социальное познание в массовой коммуникации		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 7. Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории		**4**	**4**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 8. Влияние массовой коммуникации на социальное поведение		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 9. Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 10. Политическое поведение и массовая коммуникация		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
Тема 11. Межгрупповые отношения и массовая коммуникация		**2**	**2**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание.	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2

					Доклады		
Тема 12. Психологическая зависимость от массовой коммуникации		**4**	**4**	**8**	Обсуждение актуальных вопросов темы. Творческое задание. Доклады	ОПК-2	ОПК-2.1, ОПК-2.2
ИТОГО	**3**	**28**	**28**	**88**	**Экзамен**		

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Подходы к изучению массовой коммуникации
Массовая коммуникация как источник воздействия: теории. Массовая коммуникация как источник воздействия: эффекты. Массовая коммуникация как способ удовлетворения потребностей. Массовая коммуникация как форма двустороннего общения. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: теоретический анализ сообщений массовой коммуникации

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 15 — 34 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.15-34

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/E63D5376-96CD-4879-8BD0-61DC8CFAE15E/993FF81F-6BE5-44EA-B479-ACCE785EDE16/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Подходы к изучению массовой коммуникации

Тема 2. Массовая коммуникация как источник информации
Определение и признаки новостей. Новости как способ интерпретации информации. Воздействие новостей. Избирательность в восприятии новостей. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ новостных сообщений

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 35 — 50 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.35-50

Медиаматериалы

1. Агата Кристи против: как устроен текст новости | Илья Ферапонтов // Лекториум — https://youtu.be/AL-igtJnGBY

Интерактивные формирующие тесты

2. http://urait.ru/quiz/run-test/5945DA84-EC6C-41A4-9834-EF82C5BE80D1/6CE9BF2B-83BB-41F9-9CDD-18C345DECF0E/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Массовая коммуникация как источник информации

Тема 3. Механизмы убеждения в массовой коммуникации
Стадии убеждающей коммуникации. Модель вероятности тщательного анализа. Эвристико-систематическая модель. Сопротивление убеждающему воздействию. Кампании социального маркетинга. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 51 — 66 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.51-66

Медиаматериалы

1. В чем сила интернет-коммуникаций // MЫSLI БИЗНESS (БИЗНЕС MЫSLI) — https://youtu.be/_DQZTHOweoc

Интерактивные формирующие тесты

2. http://urait.ru/quiz/run-test/6E90C10D-CAE7-405B-8989-37B3DF3B85A6/B0971900-D056-4032-87E4-F6E19807B191/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Механизмы убеждения в массовой коммуникации

Тема 4. Факторы убеждения в массовой коммуникации

Характеристики коммуникатора. Особенности сообщения. Характеристики аудитории. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ сообщений в кампаниях социального маркетинга

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 67 — 82 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.67-82

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/FB5B2C80-C1A8-43BC-B1AF-C32271A667D8/22A76A88-70E4-43B4-A86F-BEED607ED4DE/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Факторы убеждения в массовой коммуникации

Тема 5. Обучение в массовой коммуникации

Детские образовательные телевизионные передачи и обучение. Развлекательные компьютерные игры и обучение. Серьезные компьютерные игры и обучение. Онлайн-курсы как способ обучения. Массовая коммуникация как помеха для обучения: мультитаскинг. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: планирование обучающего ресурса в массовой коммуникации

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 83 — 95 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.83-95

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/147E4DD2-D38F-456B-B0BC-5C599631F4D2/D9592CE6-4333-4C87-BF0A-D49585418010/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Обучение в массовой коммуникации

Тема 6. Социальное познание в массовой коммуникации

Социальное сравнение в массовой коммуникации. Самораскрытие в социальных сетях. Самопрезентация в социальных сетях. Восприятие партнера в интернет-коммуникации. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ самопрезентации в социальных сетях

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 96 — 108 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.96-108

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/9D5FF683-8187-4B03-BD83-F7587C36AECB/C048E32F-2230-4511-B2AC-9D629FCA3C75/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Социальное познание в массовой коммуникации

Тема 7. Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории

Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации. Двусторонние отношения в социальных сетях. Социальный капитал в социальных сетях. Романтические отношения в социальных сетях. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: популяризация научных знаний о массовой коммуникации

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 109 — 125 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.109-125

Медиаматериалы

1. Особенности смысложизненных ориентации у участников фан и хейт групп в социальных сетях. Часть 1 // Дмитрий Смыслов — https://youtu.be/aSqswSNurzQ

Интерактивные формирующие тесты

2. http://urait.ru/quiz/run-test/9CF12018-D042-407F-8B6D-FE0BD420DECF/E8B3A7CC-618D-4827-BE47-0EB924A1DE3C/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории

Тема 8. Влияние массовой коммуникации на социальное поведение

Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение. Влияние массовой коммуникации на сексуальное поведение. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ влияния массовой коммуникации на социальное поведение

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 126 — 141 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.126-141

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/3D7FEE36-8F48-405A-B4C0-11BD428CBBDF/BF1EBFE7-5EDD-4489-85E9-C22A46180E77/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Влияние массовой коммуникации на социальное поведение

Тема 9. Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия

Агрессивное поведение в Интернете: буллинг. Просоциальное поведение в Интернете. Сексуальное поведение в Интернете. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ социального поведения в Интернете

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 142 — 158 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.142-158

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/61692BDE-05B9-433F-AC00-5F4E7308D7B7/0F8B37D7-6C14-446A-B215-438491DB3E3B/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия

Тема 10. Политическое поведение и массовая коммуникация

Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей. Политические дискуссии в Интернете. Коммуникация в Интернете и политическое поведение офлайн. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ политической коммуникации в Интернете

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 172 — 186 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.172-186

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/AE60D312-0766-4032-97B3-FE057DBBA637/42C2DDAA-A4BB-43B4-B26C-41E790ABB2AC/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Политическое поведение и массовая коммуникация

Тема 11. Межгрупповые отношения и массовая коммуникация

Определение межгрупповых отношений. Массовая коммуникация как источник стереотипов. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации. Массовая коммуникация и улучшение межгрупповых отношений. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ стереотипов в массовой коммуникации

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 187 — 205 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.187-205

Интерактивные формирующие тесты

1. http://urait.ru/quiz/run-test/BA55FA0D-4371-4AA0-A07E-CDBFA223807A/A469162C-2F70-411B-B44E-C68712910639/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Межгрупповые отношения и массовая коммуникация

Тема 12. Психологическая зависимость от массовой коммуникации

Определение и виды зависимости от цифровых технологий. Факторы риска зависимости от цифровых технологий. Последствия и коррекция зависимости от цифровых технологий. Ключевые термины. Литература для дополнительного чтения. Творческое задание: анализ методик для измерения зависимости от цифровых технологий

Литература

Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — С. 206 — 216 — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255/p.206-216

Медиаматериалы

1. Гендерные стереотипы // Philoso FAQ — https://youtu.be/vEwYXX0u31c

Интерактивные формирующие тесты

2. http://urait.ru/quiz/run-test/9239B245-BD66-42A3-A4DF-29BFCF7A7FD7/2E3280CF-29C3-4A53-8060-0F1D9DC6E551/3944D238-9F39-4CAA-8CD0-2EB934D5A319 — Психологическая зависимость от массовой коммуникации

4.4. Семинарские, практические, занятия, их содержание

Синхронные семинарские занятия

Семинарские (практические 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. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

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

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

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут участвовать в синхронных занятиях семинарского типа в формате вебинаров и/или видеоконференций.
Также возможно в синхронном и асинхронном режиме использовать сервис «Юрайт.Задания».

Асинхронные дистанционные занятия

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут осваивать лекционный материал в асинхронном режиме, готовить вопросы к синхронным семинарским (практическим) занятиям.

Для асинхронных занятий применяется следующая методика:

- повторение и закрепление предыдущей темы (раздела);
- изучение базовой и дополнительной рекомендуемой литературы, просмотр (прослушивание) медиа материалов к новой теме (разделу);
- тезисное конспектирование ключевых положений, терминологии, алгоритмов;

- самостоятельная проверка освоения материала через интерактивный фонд оценочных средств (тесты);
- выполнение рекомендуемых заданий;
- фиксация возникающих вопросов и затруднений.

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами:

методические указания по выполнению самостоятельной работы, методические материалы по дисциплине (конспект лекций, методические указания по самостоятельной работе, тесты, презентации по темам дисциплины, практикум размещены в moodle http://moodle.rshu.ru/course/view.php?id=552

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:
максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100:
максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;
максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;
максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;
максимальное количество дополнительных баллов - 10

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме устного
экзамена по темам курса. Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ОПК-2

Перечень вопросов к экзамену:

ОПК-2.1, ОПК-2.2

1. Подходы к изучению массовой коммуникации
2. Массовая коммуникация как источник воздействия: теории
3. Массовая коммуникация как источник воздействия: эффекты
4. Массовая коммуникация как способ удовлетворения потребностей
5. Массовая коммуникация как форма двустороннего общения
6. Массовая коммуникация как источник информации
7. Определение и признаки новостей. Новости как способ интерпретации информации
8. Воздействие новостей. Избирательность восприятия новостей
9. Механизмы убеждения в массовой коммуникации
10. Стадии убеждающей коммуникации
11. Модель вероятности тщательного анализа.
12. Эвристическая систематическая модель

13. Сопротивление убеждающему воздействию
14. Факторы убеждения в массовой коммуникации
15. Характеристики коммуникатора
16. Особенности сообщения
17. Характеристики аудитории
18. Обучение в массовой коммуникации
19. Детские образовательные телевизионные передачи и обучения
20. Развлекательные компьютерные игры и обучения
21. Серьезные компьютерные игры и обучение
22. Онлайн курсы как способ обучения
23. Массовая коммуникация как помеха для обучения: мультитаскинг
24. Социальное познание в массовой коммуникации
25. Социальное сравнение в массовой коммуникации
26. Самораскрытие и самопрезентация в социальных сетях
27. Восприятие партнера в интернет-коммуникации
28. Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории
29. Влияние массовой коммуникации на эмоциональное состояние
30. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации
31. Двусторонние отношения в социальных сетях
32. Социальный капитал в социальных сетях
33. Влияние массовой коммуникации на социальное поведение
34. Влияние массовой коммуникации на агрессивное поведение
35. Влияние массовой коммуникации на просоциальное поведение
36. Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия
37. Агрессивное поведение в интернете: буллинг
38. Просоциальное поведение в интернете
39. Рабочие группы в массовой коммуникации
40. Политическое поведение и массовая коммуникация
41. Влияние сообщений о политиках на оценки и поведение избирателей
42. Политические дискуссии в интернете
43. Коммуникации в интернете и политическое поведение офлайн
44. Межгрупповые отношения и массовая коммуникация. Определение.
45. Массовая коммуникация как источник стереотипов
46. Влияние стереотипов на поведение в виртуальной среде
47. Межгрупповая враждебность в современной массовой коммуникации
48. Массовая коммуникация и улучшение меж групповых отношений
49. Психологическая зависимость от массовой коммуникации
50. Определение вида зависимости от цифровых технологий
51. Факторы риска зависимости от цифровых технологий
52. Коррекция зависимости от цифровых технологий

Критерии формирования оценки на экзамене:

оценка «отлично» выставляется обучающимся, показавшим глубокие, исчерпывающие знания, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.

оценка «хорошо» выставляется обучающимся, показавшим наличие твердых, достаточно полных, систематизированных знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

оценка «удовлетворительно» выставляется обучающимся при изложении ответа с ошибками, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене (зачете) и при выполнении экзаменационных заданий, но уверенно исправленными после наводящих вопросов по изложенным вопросам.

оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающимся при наличии грубых ошибок в ответе, непонимании сущности излагаемого вопроса, неуверенности и неточности ответов после наводящих вопросов по вопросам изучаемой дисциплины, если уровень знаний обучающихся не соответствует предъявленным требованиям.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	**Баллы**
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	40
Тесты	20
Доклады	15
Промежуточная аттестация	15
ИТОГО	**100**

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	**Баллы**
Участие в конференции	10
ИТОГО	**10**

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	***Баллы***
Отлично	*85-100*
Хорошо	*65-84*
Удовлетворительно	*40-64*
Неудовлетворительно	*0-39*

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины «Психология массовой коммуникации».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. *Гулевич, О. А.* Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255
2. *Виноградова, С. М.* Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488986
3. *Евгеньева, Т. В.* Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509515

б). ***Дополнительная литература:***

1. *Антонова, Н. В.* Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488952
2. Агата Кристи против: как устроен текст новости | Илья Ферапонтов // Лекториум — https://youtu.be/AL-igtJnGBY
3. В чем сила интернет-коммуникаций // MЫSLI БИЗНESS (БИЗНЕС МЫSLI) — https://youtu.be/_DQZTHOweoc
4. Особенности смысложизненных ориентации у участников фан и хейт групп в социальных сетях. Часть 1 // Дмитрий Смыслов — https://youtu.be/aSqswSNurzQ
5. Гендерные стереотипы // Philoso FAQ — https://youtu.be/vEwYXX0u31c
6. Интернет и интернет зависимость. Взгляд психиатра // AVMerinov — https://youtu.be/5xWOy16E97c

в). ***Программное обеспечение, Интернет-ресурсы:***

1. windows 7 48130165 21.02.2011
   office 2010 49671955 01.02.2012;
2. электронная библиотека ЭБС:
   «Znanium» (http://znanium.com/),
   ЮРАЙТ https://urait.ru/ образовательная платформа

.

Ресурсы сети Интернет:

1. https://www.raso.ru/
   Российская ассоциация по связям с общественностью
2. http://www.akospr.ru/
   Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью
3. https://fomograph.fom.ru/
   Базы данных социологических опросов
4. https://stepik.org/
   Бесплатные онлайн курсы
5. http://www.consultant.ru/
6. https://trello.com/
   Ресурс для командной работы по созданию проектов
7. https://miro.com/
   Ресурс для командной работы по созданию проектов

8. https://www.canva.com/ru_ru/
   Ресурс для командной работы по созданию проектов
9. https://wciom.ru/ Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов.

Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования.

Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ) - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

Аудитория для самостоятельной работы - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий