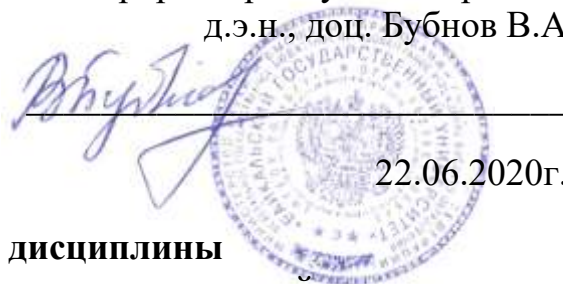


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
д.э.н., доц. Бубнов В.А



22.06.2020г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.20. Психология массовых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): Международная журналистика
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная, заочная

	Очная ФО	Заочная ФО
Курс	4	4
Семестр	41	41
Лекции (час)	28	14
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	88	130
Курсовая работа (час)		
Всего часов	144	144
Зачет (семестр)	41	41
Экзамен (семестр)		

Иркутск 2020

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.02
Журналистика.

Автор Г.Э. Турганова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
социологии и психологии

Заведующий кафедрой Е.В. Зимина

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2021

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2022

Дата актуализации рабочей программы: 30.06.2023

1. Цели изучения дисциплины

Целью курса является формирование компетенций в области научного представления о роли психологических аспектов в процессах массовой коммуникации современного мира, о ее воздействии на выбор ценностных ориентаций и моделей поведения в социуме, что позволит обучающимся эффективно взаимодействовать с большими аудиториями, демонстрировать комфортное психологическое общение, а также разнообразные траектории личного поведения и психологического состояния, ориентированные на достижение поставленных целей в профессиональной деятельности и саморазвитии личности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	З. Знать запросы и потребности общества и аудитории. У. Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н. Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	З. Знать формы социального взаимодействия. У. Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде Н. Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	З. Знать о саморазвитии на основе принципов образования. У. Уметь управлять своим временем. Н. Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа Н. Навыки саморазвития на основе принципов самообразования.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ):
Обязательная часть.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов (очная ФО)	Количество часов (заочная ФО)
Контактная(аудиторная) работа		
Лекции	28	14
Практические (сем, лаб.) занятия	28	0
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	88	130
Всего часов	144	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Теоретические основы психологии массовых коммуникаций	41					
1.1	Подходы к изучению массовой коммуникации	41	2	0	15		Дискуссия по теме лекции. По завершению занятия необходимо написать эссе
1.2	Психологические исследования массовой коммуникации	41	2	0	10		Подготовить устное сообщение для аудитории и ответить на вопросы от аудитории
1.3	Массовая коммуникация: психологический аспект изучения	41	2	0	10		Подготовить ответы на заранее поставленные вопросы и обсудить в группе. По завершению занятия выполнить творческую работу

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости в группе
2	Психологические процессы и состояния в различных сферах массовой коммуникации	41					
2.1	Психология рекламного воздействия	41	2	0	15		Подготовить устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.
2.2	Психология моды в массовой коммуникации	41		0	15		Подготовить устное сообщение по теме занятия
2.3	Психология слухов в массовой коммуникации	41	2	0	15		Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов
2.4	Установка и стереотип как социально-психологический феномен в сферах массовой коммуникации	41		0	10		Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов
2.5	Психология пропаганды	41		0	10		Подготовить устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.
2.6	Психология творчества	41		0	10		Проанализировать научную литературу и подготовить сообщение по выбранному вопросу для участия в групповой

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
							дискуссии.. Разработать мини-проект в микрогруппе студентов (до 5 человек).
3	Социальное познание в массовой коммуникации Социальное познани	41	2		10		
4	Влияние массовой коммуникации на социальное поведение	41	2		10		
	ИТОГО		14		130		

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Теоретические основы психологии массовых коммуникаций	41					
1.1	Подходы к изучению массовой коммуникации	41	4	4	10		Дискуссия по теме лекции. По завершению занятия необходимо написать эссе
1.2	Психологические исследования массовой коммуникации	41	4	4	10		Подготовить устное сообщение для аудитории и ответить на вопросы от аудитории
1.3	Массовая коммуникация: психологический аспект изучения	41	4	2	10		Подготовить ответы на заранее поставленные вопросы и обсудить в группе. По завершению занятия выполнить творческую работу в группе
2	Психологические процессы и состояния в различных сферах массовой коммуникации	41					
2.1	Психология	41	4	2	10		Подготовить

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	рекламного воздействия						устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.
2.2	Психология моды в массовой коммуникации	41		2	10		Подготовить устное сообщение по теме занятия
2.3	Психология слухов в массовой коммуникации	41	4	2	10		Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов
2.4	Установка и стереотип как социально-психологический феномен в сферах массовой коммуникации	41		2	5		Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов
2.5	Психология пропаганды	41		4	5		Подготовить устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.
2.6	Психология творчества	41		6	5		Проанализировать научную литературу и подготовить сообщение по выбранному вопросу для участия в групповой дискуссии.. Разработать мини-проект в микрогруппе студентов (до 5 человек).
3	Социальное познание в	41	4		5		

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	массовой коммуникации Социальное познани						
4	Влияние массовой коммуникации на социальное поведение	41	4		8		
	ИТОГО		28	28	88		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Подходы к изучению массовой коммуникации	<p>Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации.</p> <p>Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица». Многоступенчатое влияние массовой коммуникации. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.). Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения: теории «дефицита» и «возможностей»; теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.</p>
2	Психологические исследования массовой коммуникации	<p>Психология и массовые коммуникации: Период «медиацентрированной парадигмы» массовой коммуникации. Особенности бихевиористского подхода. Теории Г. Лассуэла. Необихевиористская теория социального научения А. Бандуры. Йельская школа убеждающей коммуникации К. Ховланда.</p> <p>Период «человекоцентрированной парадигмы».</p> <p>Гештальтпсихология, гуманистическая психология в изучении МК. Когнитивистский подход к исследованию МК. Концепция «использования и удовлетворения». «Диалогическая парадигма». Когнитивная психология, методы NLP. Теория культивирования. Концепция «установления повестки дня». Когнитивные теории убеждающей коммуникации. Концепции информационной эпохи. Торонтская школа. Примат информации. Постмодернистские идеи социального конструкционизма. Современные тенденции в массовой</p>

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		коммуникации: глобализация, демассовизация, конгломерация, конвергенция. Концепция «интерактивного общества». Особенности аудитории многоканальной медиасреды.
3	Массовая коммуникация: психологический аспект изучения	<p>1. Цепь массовой коммуникации: понятие, цели, компоненты.</p> <p>2. Психика личности, как субъекта массовой коммуникации: понятие; характеристика; структура.</p> <p>3. Психология процесса коммуникации. Коммуникатор массовой коммуникации, его «коллективный» характер. Публичная индивидуальность коммуникатора. Психологические механизмы воздействия. «Харизматическая модель» коммуникатора. Социально-психологическая модель коммуникатора.</p> <p>4. Сообщение и канал. СМИ: печать, радио, телевидение, кино. Особенности каждого вида СМИ. Место каждого типа СМИ в системе информации общества. Преимущества и недостатки каждого типа СМИ.</p> <p>5. Получатель/аудитория. Психологические аспекты изучения аудитории. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации как разновидности массы. Типология аудитории. Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации.</p>
4	Психология рекламного воздействия	<p>1. Реклама в системе массовых коммуникаций. Сущность, цели и задачи рекламы. Функции рекламы. Классификации рекламы. Концепции ступенчатого воздействия рекламы. Целевое сегментирование.</p> <p>2. Основные виды рекламы и ее носители, печатная реклама, реклама в прессе. Реклама на телевидении, реклама в кино. Реклама на радио. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Организация рекламы в местах торговли. Реклама в сети Интернет. Прямая почтовая рассылка. Рекламные сувениры.</p> <p>2. Психография как основа объяснения мотивации поведения потребителя. Исследования Ф.Котлера по позиционированию продукции с учетом психометрических факторов. Объяснение покупательского поведения с использованием моделей VALS (values and lifestyles- ценности и стиль жизни) и VALS2, AIO (actions, interest, opinion – действия, интересы, мнения), LOV (list of values – список ценностей) и других аналогичных моделей.</p>
5	Психология слухов в массовой коммуникации	<p>Понятие, функции, условия возникновения. Признаки слухов. Классификация слухов. Трансформация слухов.</p> <p>Противодействие и регуляция слухов. Моделирование слухов. Отличие слухов от сплетен.</p>
6	Социальное познание в массовой коммуникации	<p>Социальное познание: формирование Я-концепции и впечатления о других людях. Социальное сравнение как механизм формирования Я-концепции: определение и стратегии. Условия и последствия социального сравнения в онлайн коммуникации. Самораскрытие: определение и параметры; степень самораскрытия в онлайн коммуникации. Самопрезентация: определение и стратегии; условия и</p>

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		последствия избирательной позитивной самопрезентации в онлайн коммуникации. Приписывание черт в онлайн коммуникации; показатели и точность распознавания личностных черт пользователей социальных сетей. Определение и условия симпатии в онлайн коммуникации.
7	Влияние массовой коммуникации на социальное поведение	Определение и виды агрессии; общая модель агрессии. Направления влияния агрессивных телевизионных сообщений и компьютерных игр на эмоции, когниции и поведение аудитории. Ограничение влияния агрессивных сообщений. Условия влияния агрессивных сообщений. Определение и виды помощи. Направление влияния просоциальных телевизионных сообщений и компьютерных игр на эмоции, когниции и поведение аудитории. Условия влияния просоциальных сообщений Определение и виды «откровенно сексуальных» материалов. Направления влияния развлекательных сексуальных материалов на сексуальные отношения и агрессию.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1.1	Подходы к изучению массовой коммуникации. Массовое общество, массовая культура и массовая коммуникация: операционализация понятий. Дискуссия по теме занятия.
1.2	Психологические исследования массовой коммуникации. Анализ психологических исследований массовой коммуникации. Доклады по теме занятия.
1.3	Массовая коммуникация: психика личности и ее характеристики. Занятие проводится в форме дискуссии, по завершению занятия студенты выполняют творческое задание в группах
2.1	Психология рекламного воздействия на личность (группу).. Занятие проводится в форме круглого стола по заранее выбранным темам
2.2	Психология моды в массовой коммуникации. Занятие проводится в форме дискуссии, по завершению занятия студенты выполняют контрольную работу
2.3	Психология слухов в массовой коммуникации. Занятие проводится в форме дискуссии в группе обучающихся
2.4	Установка и стереотип как социально-психологический феномен в сферах массовой коммуникации. Занятие проводится в форме дискуссии в группе студентов
2.5	Психология пропаганды. Занятие проводится в форме круглого стола по заранее выбранным темам
2.6	Психология творчества. Занятие проводится в форме дискуссии в группе студентов

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1.1. Подходы к изучению массовой коммуникации	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР	Дискуссия по теме лекции. По завершению занятия необходимо написать эссе Дискуссия 01	Глубина ответа до 2 баллов, использование в ответах на вопросы личные рассуждения и примеры из жизни и профессиональной деятельности до 3 баллов (5)
2		ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Дискуссия по теме лекции. По завершению занятия необходимо написать эссе	Глубина ответа в эссе до 3 баллов; использование творческого подхода в написании эссе до 2 баллов. (5)
3	1.2. Психологические исследования массовой коммуникации	УК-3	З.Знать формы социального взаимодействия. У.Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде Н.Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.	Подготовить устное сообщение для аудитории и ответить на вопросы от аудитории	Умение работать с аудиторией до 10 баллов; глубина проработки темы до 5 баллов; использование творческого подхода при донесении информации до аудитории до 5 баллов. (20)
4	1.3. Массовая коммуникация: психологический аспект изучения	УК-3	З.Знать формы социального взаимодействия. У.Уметь осуществлять	Подготовить ответы на заранее поставленные вопросы и обсудить в	Глубина ответа до 2,5 баллов; умение анализировать

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде Н.Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.	группе. По завершению занятия выполнить творческую работу в группе Дискуссия 02	информацию и аргументированно формулировать персональную точку зрения до 2,5 баллов. (5)
5		УК-6	З.Знать о саморазвитии на основе принципов образования. У.Уметь управлять своим временем. Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Подготовить ответы на заранее поставленные вопросы и обсудить в группе. По завершению занятия выполнить творческую работу в группе Творческое задание	Качественный анализ задания до 2 балл, реализуемость рекомендаций в профессиональной деятельности до 3 баллов. (5)
6	2.1. Психология рекламного воздействия	УК-6	З.Знать о саморазвитии на основе принципов образования. У.Уметь управлять своим временем. Н.Навыки саморазвития на основе принципов самообразования.	Подготовить устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.	Активность на занятии до 3 баллов; Глубина проработки ответа до 4 баллов; Умение аргументировать до 3 баллов. (10)
7	2.2. Психология моды в массовой коммуникации	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории	Подготовить устное сообщение по теме занятия Дискуссия 03	Активность на занятии до 2 баллов; глубина проработанного ответа до 3 баллов. (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			в сфере массмедиа		
8		ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Подготовить устное сообщение по теме занятия Контрольная работа	Умение письменно аргументировать личную позицию до 3 баллов; умение приводить примеры из личной жизни и профессиональной сферы до 2 баллов. (5)
9	2.3. Психология слухов в массовой коммуникации	УК-3	З.Знать формы социального взаимодействия. У.Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде Н.Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.	Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов	Активность на занятии до 2 баллов; умение обосновать и аргументировать персональную точку зрения до 3 баллов. (5)
10	2.4. Установка и стереотип как социально-психологический феномен в сферах массовой коммуникации	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Подготовить устное сообщение по теме занятия и обсудить в группе студентов	Активность на занятии до 2 баллов, умение аргументировать личную позицию в процессе дискуссии до 3 баллов. (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
11	2.5. Психология пропаганды	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Подготовить устное сообщение для обсуждения за круглым столом. Темы для сообщения выбираются студентом из предложенного перечня.	Активность на занятии до 2 баллов; умение обосновать персональную позицию до 5 баллов; умение задавать вопросы и давать обратную связь до 3 баллов. (10)
12	2.6. Психология творчества	ОПК-4	З.Знать запросы и потребности общества и аудитории. У.Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР Н.Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа	Проанализировать научную литературу и подготовить сообщение по выбранному вопросу для участия в групповой дискуссии.	Активность на занятии до 3 баллов; глубина ответа до 7 баллов. (10)
13		УК-3	З.Знать формы социального взаимодействия. У.Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде Н.Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.	Разработать мини-проект в микрогруппе студентов (до 5 человек).	Актуальность проекта до 3 баллов; глубина проработки проекта до 4 баллов; реализуемость проекта до 3 баллов. (10)
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 41.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ оценивается до 4 баллов..

Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Знание: Знать запросы и потребности общества и аудитории.

1. «Лидеры мнений».
2. Аудитория в цепи массовой коммуникации.
3. Внимание и его особенности в МК.
4. Воображение, его сущность. Воображение и творчество. Опыт и воображение. Роль воображения в МК.
5. Восприятие, его виды и свойства. Роль восприятия в МК.
6. Гарольд Д. Лассуелл и его концепция коммуникации.
7. Двухступенчатая коммуникация.
8. Йельский метод изменения установок.
9. Концепция «установления повестки дня».
10. Креативные методы в массовой коммуникации.
11. Модель привратника.
12. Мышление. Сущность, виды, формы мышления. Классификация явлений мышления. Роль мышления в процессах МК.
13. Опишите эффекты массовой коммуникации на общественном уровне: установление «пунктов повестки дня», «спираль молчания», «информационный дефицит» и т.д. (П. Бергер, Т. Лукман, Э. Ноэль-Нойман и др.).
14. Особенности компьютерных сетей как средства массовой коммуникации.
15. Особенности печати как средства массовой коммуникации.
16. Особенности радио как средства массовой коммуникации.
17. Особенности телевидения как средства массовой коммуникации.
18. Ощущение. Роль ощущений в МК.
19. Память как процесс и ее место в массовой коммуникации.
20. Подход полезности и удовлетворения потребностей.
21. Понятие коммуникативной эффективности рекламы.
22. Понятие массовой культуры. Массовая культура как форма, которую принимает культурное развитие в условиях массового индустриального общества.
23. Понятие психических процессов и состояний.
24. Предпосылки возникновения массовых коммуникаций. Основные особенности МК.
25. Преобразование информации во время передачи слуха.
26. Приведите примеры использования слухов в PR-деятельности, рекламе, политике. Какие методы борьбы вам известны и как их можно использовать?
27. Противдействие слухам.
28. Психологические теории в рекламе. Мотивация в рекламе. Нужда, потребности и мотив.
29. Психология пропаганды.
30. Психология творчества в коммуникационных процессах.
31. Роль авторитета и имиджа коммуникатора.

32. Слухи как специфический вид коммуникации. Классификация слухов. Источники и условия возникновения и распространения слухов.
33. Современные тенденции в массовой коммуникации.
34. Сообщение в массовой коммуникации.
35. Социальная установка. Иерархия в системе установок. Основные свойства и функции установок.
36. Средства массовой коммуникации.
37. Стратегия рекламы. Стратегии рационального типа.
38. Стратегия рекламы. Стратегии эмоционального типа.
39. Теория информационного дефицита.
40. Теория культивирования.
41. Типовое практическое задание
42. Функции МК.
43. Цепь массовой коммуникации.

Компетенция: УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Знание: Знать формы социального взаимодействия.

44. Понятие общения. Цели, задачи, функции общения.
45. Теория поколений.
46. Три периода психологических исследований массовой коммуникации.

Компетенция: УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Знание: Знать запросы и потребности общества и аудитории.

47. Понятие массы. Современные теории массового общества.
- Знание: Знать о саморазвитии на основе принципов образования.
48. Социально-психологические механизмы моды.
 49. Установка и стереотип, особенности взаимодействия.
 50. Мода как социальное и социально-психологическое явление. Особенности моды.

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: 0 баллов – отсутствие ответов на вопрос, или неправильный ответ, показывающие дезориентацию студента в материале курса; 1-14 баллов – частичный ответ на вопрос, показывающий отсутствие системного видения материала; 15-26 баллов – неполный ответ на вопрос, неточность данных, фрагментарное знание вопроса; 27-30 баллов – полный ответ, демонстрирующий знания и умения в терминологии дисциплины, умение использовать полученные знания при ответе на вопросы..

Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Умение: Уметь в профессиональной деятельности удовлетворять запросы общества, аудитории в сфере рекламы и ПР

Задача № 1. Проработайте поставленную задачу, приведя примеры из жизни, профессиональной деятельности

Компетенция: УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Умение: Уметь осуществлять социальное взаимодействие в команде, определять и реализовывать свою роль в команде

Задача № 2. Составьте чек лист для работы с основными психологическими ошибками при разработке рекламного обращения

Компетенция: УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Умение: Уметь управлять своим временем.

Задача № 3. Разработайте памятку (рекомендации) для профессионала при работе с оценкой (экспертизой) рекламного воздействия

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: 0 баллов – отсутствие ответов на вопрос, или неправильный ответ, показывающие дезориентацию студента в материале курса; 1-14 баллов – частичный ответ на вопрос, показывающий отсутствие системного видения материала; 15-26 баллов – неполный ответ на вопрос, неточность данных, фрагментарное знание вопроса; 27-30 баллов – полный ответ, демонстрирующий знания и умения в терминологии дисциплины, умение использовать полученные знания при ответе на вопросы..

Компетенция: ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Навык: Владеть профессиональными навыками необходимыми для удовлетворения запросов и потребностей общества и аудитории в сфере массмедиа

Задание № 1. Разработайте структуру рекламного обращения к целевой аудитории

Компетенция: УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

Навык: Навык социального взаимодействия и реализации своей роли в командной работе.

Задание № 2. Решить кейсовую ситуацию, разработав рекламную кампанию

Компетенция: УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Навык: Навыки саморазвития на основе принципов самообразования.

Задание № 3. Проанализируйте влияния массовой коммуникации на социальное поведение

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «БГУ»)

Направление - 42.03.02 Журналистика
Профиль - Международная
журналистика
Кафедра социологии и психологии
Дисциплина - Психология массовых
коммуникаций

БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Составьте чек лист для работы с основными психологическими ошибками при разработке рекламного обращения (30 баллов).
3. Проанализируйте влияния массовой коммуникации на социальное поведение (30 баллов).

Составитель _____ Г.Э. Турганова

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Харрис Р. Ричард, Рысев С. Психология массовых коммуникаций. A Cognitive Psychology of Mass Communication. A Cognitive Psychology of Mass Communication/ Ричард Харрис.- М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001.-445 с.
2. [Кузьменкова М.А. Связи с общественностью. Гражданский диалог \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / М.А. Кузьменкова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 288 с. — 978-5-211-05809-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13158>.](#)
3. [Леонова Е.В. Качественные и количественные методы исследования в психологии \[Электронный ресурс\] : учебник / Е.В. Леонова. — Электрон. текстовые данные. — Калуга: Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 411 с. — 978-5-4486-0260-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71813.html>](#)
4. [Немец Г.Н. Реклама и паблик рилейшнз в структуре общества потребления \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / Г.Н. Немец. — Электрон. текстовые данные. — Краснодар: Южный институт менеджмента, 2011. — 104 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/9793.html>](#)
5. [Побединская, Е. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Е. А. Побединская, Л. А. Халилова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 141 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92735.html> \(дата обращения: 09.06.2020\)](#)
6. [Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / И.Ш. Резепов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 224 с. — 978-5-394-00391-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6001.html>](#)
7. [Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / А.Н. Чумиков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2012. — 159 с. — 978-5-7567-0656-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8976.html>](#)

б) дополнительная литература:

1. Черемухина К. С., Карнышев А. Д. Основы общей и социальной психологии. курс лекций/ К. С. Черемухина.- Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2005.-138 с.
2. Карнышев А. Д. Александр Очерки социальной психологии/ Александр Карнышев.- Иркутск: [Б. и.], 1998.-325 с.
3. Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества. 2-е изд./ Е. Е. Пронина.- М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003.-320 с.
4. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. учеб. пособие для вузов. рек. М-вом образования РФ/ Р. И. Мокшанцев.- Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000.-229 с.
5. Шуванов В. И. Психология рекламы. учеб. пособие для вузов. рек. УМО по классическому унив. образованию, Совет по психологии. Изд. 2-е/ В. И. Шуванов.- Ростов н/Д: Феникс, 2005.-315 с.
6. Жилкина М. С. Психология рекламы и поведение потребителей. Индивидуально-типологический подход. монография/ М. С. Жилкина.- М.: Спутник+, 2009.-140 с.

7. Меерович М. И., Шрагина Л. И. Технология творческого мышления. практ. пособие/ Меерович М. И., Шрагина Л. И.- М.: АСТ, 2000.-431 с.
8. [Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды — как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс / С. А. Зелинский. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2018. — 408 с. — ISBN 978-5-903463-17-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/96408.html> \(дата обращения: 09.06.2020\).](#)
9. [Кошелева, А. Н. Психология Интернет-коммуникации : учебно-методический комплекс / А. Н. Кошелева. — Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2015. — 27 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51692.html> \(дата обращения: 09.06.2020\).](#)
10. [Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под редакцией Ф. И. Шаркова. — Москва : Дашков и К, 2018. — 486 с. — ISBN 978-5-394-01185-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : \[сайт\]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85187.html> \(дата обращения: 09.06.2020\).](#)

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Библиотека Журналиста, адрес доступа: <http://journalism.narod.ru/>. доступ неограниченный
- Единое окно доступа к информационным ресурсам, адрес доступа: <http://window.edu.ru/>. доступ неограниченный
- ИВИС - Универсальные базы данных, адрес доступа: <http://www.dlib.eastview.ru/>. доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет при условии регистрации в БГУ
- Национальный цифровой ресурс «Рукопт», адрес доступа: <http://www.rucont.ru>. доступ неограниченный
- Сайт Российского научного фонда, адрес доступа: <http://rscf.ru/>. доступ неограниченный
- ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система от правообладателя, адрес доступа: <http://www.book.ru/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека книг, адрес доступа: <http://aldebaran.ru/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотечная система «Юрайт» biblio-online.ru, адрес доступа: <http://www.biblio-online.ru/>. У тех изданий, на которые подписано учебное заведение, доступен полный текст с возможностью цитирования и создания закладок.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области Психологии (школьный курс), Социологии, Коммуникативного практикума, брендинга .

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее

практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий);
- выполнение курсовых работ в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ в часы, предусмотренные учебным планом) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- 7-Zip,
- Adobe Acrobat Reader_11,
- MS Office,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Компьютерный класс