



Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

Гуманитарный факультет  
Кафедра социологии и политологии



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе  
д-р техн. наук, проф.

Н. В. Лобов

2016 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ  
«Психология массовых коммуникаций»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Программа прикладного бакалавриата

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль программы бакалавриата

Связи с общественностью и реклама

Квалификация выпускника:

бакалавр

Выпускающая кафедра:

Иностранные языки и связи с общественностью

Форма обучения:

очная

Курс: 4

Семестр(-ы): 7

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:

3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану:

108 ч.

Виды контроля:

Экзамен: - нет

Зачёт: - 7 сем.

Курсовой проект: - нет

Курсовая работа: - нет

Пермь 2016

**Учебно-методический комплекс дисциплины «Психология массовых коммуникаций»** разработан на основании:

- федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «11» августа 2016 г. номер приказа «997» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- компетентностной модели выпускника ООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и реклама», утверждённой «24» июня 2016 г. (с изменениями в связи с переходом на ФГОС ВО);
- базового учебного плана очной формы обучения по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Связи с общественностью и рекламой», утверждённого «8» сентября 2016 г.

**Рабочая программа согласована** с рабочими программами дисциплин История; Философия; Основы теории коммуникации; Социология массовых коммуникаций; Социология общественного мнения; История мировой литературы и искусства; Религиоведение; мастер-класс «Политическое консультирование».

Разработчик старший преподаватель  Ю.С. Неверова

Рецензент канд. психол. наук, доц.  В.В. Левченко

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Социологии и политологии»** «27» сентября 2016 г., протокол № 3.

Зав. кафедрой социологии и политологии,  
канд. психол. наук, доцент

 В.В. Левченко

**Рабочая программа одобрена учебно-методической комиссией** Гуманитарного факультета «10» октября 2016 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической комиссии Гуманитарного факультета  
д-р социол. наук, проф.

 В. Н. Стегний

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий кафедрой,  
«Иностранные языки и связи с общественностью» д-р филол. наук, проф.

 С.С. Шляхова

Начальник управления образовательных программ  
канд. техн. наук, доц.

 Д. С. Репецкий

## 1. Общие положения

**1.1. Цель учебной дисциплины** - формирование комплекса знаний, умений и навыков в области психологии массовых коммуникаций; углубление общенаучных знаний о закономерностях коммуникативного взаимодействия, методах эмпирического исследования этого поведения, средствах и технологиях воздействия на такое поведение.

В процессе изучения данной дисциплины студент расширяет и углубляет следующие компетенции:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### 1.2. Задачи учебной дисциплины:

- **изучение** теоретических основ психологии массовой коммуникации; эволюции проблемы массовых коммуникаций в психологической теории; основных форм и методов воздействия на массовую аудиторию;
- **формирование умения** анализировать явления массовой коммуникации; выделять особенности коммуникационного межличностного взаимодействия и в рамках массовой коммуникации;
- **формирование навыков** взаимодействия в рамках межличностной и массовой коммуникации.

### 1.3. Предметом освоения дисциплины являются следующие объекты:

- средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии,
- особенности познавательных процессов в массовой коммуникации,
- мотивацию и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ,
- убеждение, заражение, подражание и внушение,
- механизмы распространения слухов,
- психологические эффекты массовой коммуникации,
- психологию творчества журналиста, создателя рекламы,
- методы психологических исследований массовой коммуникации.

### 1.4. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Психология массовой коммуникаций» относится к *вариативной* части блока 1 Дисциплины (модули) и является *дисциплиной по выбору студентов* при освоении ОПОП по *профилю* «Связи с общественностью и реклама».

В результате изучения дисциплины обучающийся должен освоить части указанных в пункте 1.1 компетенций и демонстрировать следующие результаты:

#### • **знать:**

- теоретические основы и психологические закономерности функционирования явлений массовой коммуникации;
- основные тенденции и направления развития мировой и отечественной психологии массовых коммуникаций;
- основные формы и методы воздействия на массовую аудиторию;
- методологию, методику и технику проведения психологического исследования массовой коммуникации;

#### • **уметь:**

- выделять и анализировать психологические особенности и закономерности явлений массовой коммуникации;
- выделять, описывать, а также учитывать в своей профессиональной деятельности, специфику массовой аудитории;
- выстраивать коммуникационное взаимодействие в группе;
- использовать базовые приемы эффективного коммуникационного взаимодействия;

#### • **владеть:**

- базовыми навыками эффективной коммуникации;
- различными средствами и способами взаимодействия с массовой аудиторией;
- методиками психологического исследования массовой коммуникации;
- навыками соотнесения знаний по данной дисциплине с другими смежными науками.

В таблице 1.1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций, заявленных в пункте 1.1.

Таблица 1.1 – Дисциплины, направленные на формирование компетенций

Код	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
<b>Общекультурные компетенции</b>			
ОК-6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	История, Философия, Основы теории коммуникации; История мировой литературы и искусства; Религиоведение; Учебная практика	Социология общественного мнения
<b>Профессиональные компетенции</b>			
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Брендинг. Основы теории и практики связей с общественностью. Психология массовых коммуникаций.	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью). Имиджелогия. Эмпирическая социология.

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

Учебная дисциплина обеспечивает формирование части компетенций ОК-6, ПК-7.

### 2.1. Дисциплинарная карта компетенции ОК-6

Код ОК-6	Формулировка компетенции
ОК-6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-6.Б1.ДВ.03.1	<b>Формулировка дисциплинарной части компетенции</b> Способность к эффективному коммуникативному взаимодействию с коллегами в условиях массовой коммуникации с учетом социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий

### Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
<b>В результате освоения компетенции студент:</b> <b>Знает:</b> – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.1. особенности коммуникационного взаимодействия в коллективе; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.2. специфику информационного взаимодействия в условиях массовой коммуникации; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.3. особенности и технологии коммуникационного управления группой; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.4. психологические особенности различных аудиторий СМИ.	Лекции. Самостоятельная работа студентов по изучению теоретического материала.	Теоретические вопросы текущего контроля. Индивидуальное задание. Контрольная работа. Теоретический вопрос для зачета
<b>Умеет:</b> – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.1. выстраивать коммуникационное взаимодействие в коллективе; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.2. анализировать особенности поведения партнеров по коммуникационному взаимодей-	Практические занятия.	Индивидуальное задание. Контрольная работа. Практическое задание для зачета

вию; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.3. организовать групповое взаимодействие в условиях массовой коммуникации; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.4. учитывать особенности массовой коммуникации для решения проблем группового взаимодействия.		
<b>Владеет:</b> – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.1. различными средствами передачи информации; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.2. навыками формирования обратной связи; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.3. первичными навыками эффективной коммуникации.	Практические занятия.	Задания для рубежных контрольных работ. Комплексное задание для зачета

## 2.2. Дисциплинарная карта компетенции ПК-7

<b>Код ПК-7</b>	<b>Формулировка компетенции</b> способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
<b>Код ПК-7.Б1.ДВ.03.1</b>	<b>Формулировка дисциплинарной части компетенции</b> способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом психологии целевой аудитории

### Требования к компонентному составу части компетенции

Перечень компонентов	Виды учебной работы	Средства оценки
<b>В результате освоения компетенции студент:</b> <b>Знает:</b> – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.2. специфику информационного взаимодействия в условиях массовой коммуникации; – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.3. особенности и технологии коммуникационного управления группой; – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.4. психологические особенности различных аудиторий СМИ.	Лекции. Самостоятельная работа студентов по изучению теоретического материала.	Теоретические вопросы текущего контроля. Индивид. Задание. Контрольная работа. Теоретический вопрос для зачета
<b>Умеет:</b> – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 У.3. организовать групповое взаимодействие в условиях массовой коммуникации; – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 У.4. учитывать особенности массовой коммуникации для решения проблем группового взаимодействия.	Практические занятия.	Индивид. Задание. Контрольная работа. Практическое задание для зачета
<b>Владеет:</b> – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 В.1. различными средствами передачи информации	Практические занятия.	Задания для рубежных контрольных работ. Комплексное задание для зачета

## 3. Структура учебной дисциплины по видам и формам учебной работы

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет 3 ЗЕ. Количество часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся указано в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Объем и виды учебной работы

№ п.п.	Виды учебной работы	Трудоёмкость, ч	
		по семестрам	всего
1	2	3	5
1	<b>Аудиторная (контактная работа)</b>	36	<b>36</b>
	- лекции (Л)		
	- практические занятия (ПЗ)	32	<b>32</b>
	- лабораторные работы (ЛР)		
2	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	<b>4</b>
3	<b>Самостоятельная работа студентов (СРС)</b>	72	<b>72</b>
	- изучение теоретического материала	32	<b>32</b>

	- подготовка к практическим занятиям и лабораторным работам	16	16
	- индивидуальные задания	24	24
4	Итоговый контроль (промежуточная аттестация обучающихся) по дисциплине: <i>зачёт /экзамен</i>	зачет	
5	<b>Трудоёмкость дисциплины, всего:</b> <b>в часах (ч)</b> <b>в зачётных единицах (ЗЕ)</b>	<b>108</b>	<b>108</b> <b>3</b>

#### 4. Содержание учебной дисциплины

##### 4.1. Модульный тематический план

Таблица 4.1 – Тематический план по модулям учебной дисциплины

Номер учебного модуля	Номер раздела дисциплины	Номер темы дисциплины	Количество часов и виды занятий (очная форма обучения)							Трудоёмкость, ч / ЗЕ
			аудиторная работа					итоговый контроль	самостоятельная работа	
			всего	Л	ПЗ	ЛР	КСР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	1	4	-	4	-	-		8	12
		2	4	-	4	-	-		9	13
		3	4	-	4	-	-		10	14
		4	4	-	4	-	-		12	16
	2	5	4	-	4	-	-		9	13
		6	4	-	4	-	2		8	14
<b>Итого по модулю:</b>			24		24		2		56	82
2	3	7.	4	-	4	-	-		8	12
		8	4	-	4	-	2		8	14
	<b>Итого по модулю:</b>			8		8		2		16
<b>Промежуточная аттестация</b>										36
<b>Всего:</b>			32		32		4		72	108/3

##### 4.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

###### Модуль 1. Введение в психологию массовых коммуникаций.

Л – 5 часов. ПЗ – 24 часов. КСР – 4 часа. СРС – 56 часов.

###### Раздел 1. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии.

###### Тема 1. Предмет психологии массовой коммуникации (4 часа).

Массовая коммуникация как специальный раздел социальной психологии, изучающий проблемы социально-психологического взаимодействия, рассчитанного на большую аудиторию. Понятие массовой коммуникации. Природа и социальные функции массовых коммуникаций. Модели массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации как специфический фактор общения. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Цель, задача и структура курса.

###### Тема 2. История изучения массовой коммуникации (4 часа).

Подходы к изучению массовой коммуникации. Зарождение и развитие зарубежных и отечественных исследований массовой коммуникации.

Модель теории «магической пули». Модель ограниченного воздействия. Модель умеренного воздействия. Модель сильного воздействия. Официальная и пересмотренная версия истории изучения массовых коммуникаций.

###### Тема 3. Теории массовой коммуникации (4 часа).

Основные направления исследований. Классификация теорий.

Теории массового общества и пропаганды: теория «магической пули», концепции пропаганды. Структурно-функциональный подход: диффузия инноваций, феноменологическая теория, элитарный плюрализм. Социально-когнитивная теория. Эффект прайминга. Теории активной аудитории: теория использования и удовлетворения, теория игры, спираль молчания и др. Культурологический анализ: гипотеза культивации, символический интеракционизм, теория ритуала, социальное конструирование реальности и др. Установление приоритетности новостей. Теория когнитивного ответа.

#### **Тема 4. Личность в массовой коммуникации (4 часа).**

Психологические особенности личности в массовой коммуникации. Особенности познавательных процессов в массовой коммуникации. Опыт и воображение. Мотивы и потребности. Интерес как фактор коммуникации. Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу личности. Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение человека.

Личностные особенности как фактор восприятия информации и главный барьер в восприятии информации.

Психология творчества и массовая коммуникация. Психология творчества журналиста.

#### **Раздел 2. Психологические эффекты массовой коммуникации.**

#### **Тема 5. Закономерности массового поведения (4 часа).**

Массовое поведение как социальный феномен. Стихийное массовое поведение. Толпа и закономерности ее поведения. Массовая паника: факторы и механизмы. Понятие конформизма. Психология слухов. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов. Фундаментальные и сопутствующие факторы возникновения слухов. Слухоустойчивая среда.

Психология массовых вкусов. Психология моды.

#### **Тема 6. Формы психологического воздействия в массовой коммуникации (4 часа).**

Внушение как форма психологического воздействия. Самовнушение. Формы косвенного внушения: намек, косвенное одобрение и косвенное осуждение. Условия, способствующие внушению. Огруппление мышления.

Эмоциональное (или психическое) заражение как форма психологического воздействия. Отличия внушения и заражения. Функции и условия эмоционального заражения. Роль самосознания в распространении эмоционального заражения.

Убеждение как форма психологического воздействия. Факторы, способствующие убеждению. Психологические модели убеждающего воздействия. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Роль групповых факторов в процессе убеждения.

Подражание как форма психологического воздействия. Функции подражания по Г. Тарду. Отличия подражания и заражения.

#### **Модуль 2. Психологические исследования массовой коммуникации.**

ПЗ – 8 часов. КСР – 2 ч. СРС – 16 час.

#### **Раздел 3. Социально-психологические исследования структурных компонентов массовой коммуникации.**

#### **Тема 7. Социально-психологические исследования средств (каналов), коммуникатора и сообщения в массовой коммуникации (4 часа).**

Развитие СМИ. Закономерности развития каналов СМИ. «Эффект присутствия». Функциональные особенности Интернета. Достоинства и недостатки различных каналов СМИ. Потребление и предпочтения различных каналов СМИ.

Образ больших социальных групп в материалах СМИ. Направленность сообщений массовой коммуникации на разные социальные группы. Интегрирующие и дифференцирующие тексты. Текстовые и жанровые блоки в контенте СМИ. Параметры сообщения в «убеждающей коммуникации».

#### **Тема 8. Социально-психологические исследования аудитории и эффективности массовой коммуникации (4 часа).**

Количественные исследования аудиторией. Медиаметрия. Исследования ритмов изменения размеров аудитории в различные промежутки времени. «Тайм-слот». Социально-демографический состав аудитории. Проблема «телевизионного насилия». Механизмы катарсиса, имитации, десенсибилизации. Исследования мотивов обращения аудитории к СМИ, социальных установок, социальных стереотипов. Типологии аудитории.

Основные этапы исследования СМИ. Типы и показатели эффективности СМИ. Коммерческая и социальная эффективность СМИ. Воздействие СМИ на межличностное общение и духовный мир человека.

### 4.3. Перечень тем практических занятий

Таблица 4.2 – Темы практических занятий

№ п.п.	Номер темы дисциплины	Наименование темы практического занятия
1	2	3
1-2	Тема 1	<b>Предмет психологии массовой коммуникации.</b> Рассмотреть особенности психики человека; особенности влияния массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей.
3-4	Тема 2	<b>История изучения массовой коммуникации.</b> Проанализировать тенденции представлений о влиянии массовой коммуникации на аудиторию.
5-6	Тема 3	<b>Теории массовой коммуникации.</b> Рассмотреть примеры применения теорий массовых коммуникаций для изучения различных продуктов СМИ.
7-8	Тема 4	<b>Личность в массовой коммуникации.</b> Изучить влияние стереотипов и установок на восприятие и трансляцию информации в условиях массовой коммуникации.
9-10	Тема 5	<b>Закономерности массового поведения.</b> Рассмотреть особенности индивидуального и общественного влияния СМИ.
11-12	Тема 6	<b>Формы психологического воздействия в массовой коммуникации.</b> Изучить соотношение и взаимное влияние заражения, подражания, внушения и убеждения в различных продуктах массовой коммуникации.
13-14	Тема 7	<b>Социально-психологические исследования средств (каналов), коммуникатора и сообщения в массовой коммуникации</b> Рассмотреть на конкретном примере особенности применения психодиагностики для изучения массовой коммуникации.
15-16	Тема 8	<b>Социально-психологические исследования аудитории и эффективности массовой коммуникации</b> Рассмотреть на конкретном примере особенности применения психодиагностики для изучения массовой коммуникации.

### 4.4. Перечень тем лабораторных работ

Не предусмотрено

### 5. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра, график изучения дисциплины приводится п.7.
5. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в

периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

### 5.1. Виды самостоятельной работы студентов

Таблица 5.1 – Виды самостоятельной работы студентов (СРС)

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость, часов
1	2	3
1	Изучение теоретического материала	4
	Подготовка к аудиторным занятиям	4
2	Изучение теоретического материала	5
	Подготовка к аудиторным занятиям	4
3	Изучение теоретического материала	4
	Индивидуальное задание	6
4	Изучение теоретического материала	4
	Индивидуальное задание	8
5	Изучение теоретического материала	5
	Подготовка к аудиторным занятиям	4
6	Изучение теоретического материала	2
	Индивидуальное задание	6
7	Изучение теоретического материала	4
	Индивидуальное задание	4
8	Изучение теоретического материала	4
	Подготовка к аудиторным занятиям	4
<b>Итого:</b>	<b>в ч/ в ЗЕ</b>	<b>72/2</b>

### 5.2. Изучение теоретического материала

Тематика вопросов, изучаемых самостоятельно

#### **Тема 1. Предмет психологии массовой коммуникации.**

Понятие психики. Группы психических явлений. Соотношение сознательного и бессознательного в психике человека. Психологические особенности коммуникации.

#### **Тема 2. История изучения массовой коммуникации.**

«Официальная» история исследований массовой коммуникации. Концепции массовой коммуникации информационной эпохи. Современные тенденции в массовой коммуникации.

#### **Тема 3. Теории массовой коммуникации.**

Нормативные модели теорий: авторитарная теория, либертарианская теория, теория социальной ответственности, советская коммунистическая теория, теория для медиа периода развития, теория демократического участия. Современные тенденции в массовых коммуникациях.

#### **Тема 4. Личность в массовой коммуникации.**

Понятие личности в психологии. Психологические особенности характера и темперамента человека. Потребности и мотивационная сфера человека.

#### **Тема 5. Закономерности массового поведения.**

Массовое сознание как социальный феномен. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием. Роль СМИ в распространении слухов. Социология и психология моды.

#### **Тема 6. Формы психологического воздействия в массовой коммуникации.**

Технологии информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах. Формы социального воздействия и социального контроля. Психология манипуляции.

#### **Тема 7. Социально-психологические исследования средств (каналов), коммуникатора и сообщения в массовой коммуникации.**

Важность исследований массовой коммуникации в современном мире. Основные направления исследований массовых коммуникаций.

#### **Тема 8. Социально-психологические исследования аудитории и эффективности массовой коммуникации.**

Лабораторный и полевой эксперимент в исследованиях массовой коммуникации. Контент-анализ, мета-анализ в исследованиях массовой коммуникации. Статистические методы в исследованиях массовой коммуникации. Комплексные исследования массовой коммуникации. Лонгитюдные исследования массовой коммуникации.

### **5.3. Подготовка к аудиторным занятиям**

Перед каждым практическим (семинарским) занятием студент должен проработать теоретический материал, прочитать и сделать конспект нескольких источников (из списка рекомендуемой литературы) по заданной теме.

### **5.4. Индивидуальные задания**

#### **Индивидуальное задание 1**

Работая в группах по 2-3 человека, студенты должны проанализировать любой медиа-продукт с точки зрения одной из рассмотренных теорий медиавоздействия.

#### **Индивидуальное задание 2**

Написание эссе по итогам просмотра документального фильма (например, «Наша мама – герой»). В работе необходимо рассмотреть следующие вопросы:

1. какие идеи заложены авторами в фильм;
2. с помощью каких психологических методов и форм воздействия авторы достигают поставленных целей;
3. опишите эффекты на индивидуальном и общественном уровне.

#### **Индивидуальное задание 3**

Каждый студент должен представить анализ любого рекламного продукта в виде презентации. В анализе должны быть рассмотрены особенности форм психологического воздействия и их специфика влияния на массовую аудиторию.

#### **Индивидуальное задание 4**

Студенты, работая в группах по 2-3 человека, должны провести исследовательскую работу в рамках дисциплины «Психология массовой коммуникации», цель которой посмотреть на практике особенности реализации изучаемых методов исследования.

### **5.5 Курсовой проект (курсовая работа)**

Курсовой проект не предусмотрен.

### **5.6. Реферат**

Реферат не предусмотрен.

### **5.7. Расчетно-графические работы**

Расчетно-графические работы не предусмотрены.

### **5.3. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций**

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креа-

тивных методов для решения проблем; отработка у обучающихся навыков взаимодействия в составе коллектива; закрепление основ теоретических знаний.

## 6. Фонд оценочных средств дисциплины

### 6.1 Текущий контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Текущий контроль освоения дисциплинарных частей компетенций проводится в форме

- устного или письменного теоретического опроса.

### 6.2. Рубежный и промежуточный контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

Рубежный контроль освоения дисциплинарных частей компетенций проводится по окончании разделов и модулей дисциплины в следующих формах:

- по результатам выполнения студентами индивидуальных заданий;
- по итогам подготовки и участия студентами в практических занятиях;
- по окончании модулей дисциплины в форме контрольной работы (модуль 1, 2).

### 6.3. Итоговый контроль освоения заданных дисциплинарных частей компетенций

#### 1) Зачёт

Условия проставления зачёта по дисциплине: зачёт по дисциплине выставляется по итогам проведённого промежуточного контроля и при выполнении заданий всех практических занятий, индивидуальных заданий и самостоятельной работы.

#### 2) Экзамен

Не предусмотрен

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы оценки, критерии оценивания, перечень контрольных точек и таблица планирования результатов обучения, контрольные задания к экзамену, позволяющие оценить результаты освоения данной дисциплины, входят в состав РПД в виде приложения.

### 6.4. Виды текущего, рубежного и итогового контроля освоения элементов и частей компетенций

Таблица 6.1 - Виды контроля освоения элементов и частей компетенций

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Промежуточный	
	С	ТО	ИЗ	РКР	ТВ	ПЗ
<b>Усвоенные знания</b>						
– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.1. особенности коммуникационного взаимодействия в коллективе; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.2. специфику информационного взаимодействия в условиях массовой коммуникации; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.3. особенности и технологии коммуникационного управления группой; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 3.4. психологические особенности различных аудиторий СМИ.	+	+		+	+	
– ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.2. специфику информационного взаимодействия в условиях массовой коммуникации; – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.3. особенности и технологии коммуникационного управления группой; – ПК-7.Б1.ДВ.03.1 3.4. психологические особенности различных аудиторий СМИ.	+	+		+	+	
<b>Освоенные умения</b>						
- ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.1. выстраивать коммуникационное взаимодействие в коллективе; – ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.2. анализировать особенности поведения партнеров по коммуникационному взаимодействию;			+			+

– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.3. организовать групповое взаимодействие в условиях массовой коммуникации;																			
– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 У.4. учитывать особенности массовой коммуникации для решения проблем группового взаимодействия.																			
– ПК-7.Б1.ДВ.03.1 У.3. организовать групповое взаимодействие в условиях массовой коммуникации;																			
– ПК-7.Б1.ДВ.03.1 У.4. учитывать особенности массовой коммуникации для решения проблем группового взаимодействия.																			+
<b>Приобретенные владения</b>																			
– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.1. различными средствами передачи информации;																			
– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.2. навыками формирования обратной связи;																			
– ОК-6.Б1.ДВ.03.1 В.3. первичными навыками эффективной коммуникации.																			
– ПК-7.Б1.ДВ.03.1 В.1. различными средствами передачи информации																			

*С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); ИЗ – индивидуальное задание; РКР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание.*

## 7. График учебного процесса по дисциплине

Таблица 7.1 – График учебного процесса по дисциплине

Вид работы	Распределение часов по учебным неделям																		Итого
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>Модуль:</b>	<b>М1</b>									<b>М2</b>									
<i>Практические занятия</i>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1		<b>32</b>
<i>КСР</i>												2						2	<b>4</b>
<i>Изучение теоретического материала</i>		4	5		4		4		5		2		4		4				<b>32</b>
<i>Подготовка к аудиторным занятиям</i>	4		4						4						4				<b>16</b>
<i>Индивидуальные задания</i>					3	3	2	2	2	2	4	2	2	2					<b>24</b>
<b>Раздел:</b>	<b>Р1</b>						<b>Р2</b>						<b>Р3</b>						
Дисциплин. контроль																			<b>Зачет</b>

## 8. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

## 8.1 Карта обеспеченности дисциплины учебно-методической литературой

<b>Б1.ДВ.03.1</b> <b>Психология массовых коммуникаций</b> (индекс и полное название дисциплины)	<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b> (цикл дисциплины)
	<input type="checkbox"/> базовая часть цикла <input type="checkbox"/> обязательная <input checked="" type="checkbox"/> вариативная часть цикла <input checked="" type="checkbox"/> по выбору студента
<b>42.03.01</b> (код направления подготовки / специальности)	<b>Реклама и связи с общественностью/ связи с общественностью и реклама</b> (полное название направления подготовки / специальности)
<b>СО/СО</b> (аббревиатура направления / специальности)	Уровень подготовки: <input type="checkbox"/> специалист      Форма обучения: <input checked="" type="checkbox"/> очная <input checked="" type="checkbox"/> бакалавр <input type="checkbox"/> заочная <input type="checkbox"/> магистр <input type="checkbox"/> очно-заочная
<b>2016</b> (год утверждения учебного плана ОПОП)	Семестр(-ы): <u>7</u> Количество групп: <u>1</u> Количество студентов: <u>25</u>
<u>Неверова Ю.С.</u> (фамилия, инициалы преподавателя)	<u>ст. преподаватель</u> (должность)
<u>гуманитарный</u> (факультет)	
<u>Социологии и политологии</u> (кафедра)	<u>2-198-045</u> (контактная информация)

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

№	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1	2	3
<b>1 Основная литература</b>		
1	Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации: учебное пособие для вузов. М., КНОРУС, 2012. – 256 с.	7
2	Бакулев В.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: учебное пособие для вузов. М., Аспект Пресс, 2005. – 176 с.	11
3	Шарков Ф.И. Коммуникология: Основы теории коммуникации: учебник для вузов. М.: Дашков и К, 2013. – 487 с.	3
4	Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации: учебное пособие для вузов. М., Аспект Пресс, 2010. – 191 с.	3
5	Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ: учебное пособие для вузов. М., Академия, 2009. – 240 с.	5
6	Антонова Н.В. Психология массовых коммуникаций. М.: Юрайт, 2014.	2
<b>2 Дополнительная литература</b>		
<b>2.1 Учебные и научные издания</b>		
1	Брайант Дж. Основы воздействия СМИ. М., Вильямс, 2004. – 425 с.	1
2	Скрытое эмоциональное содержание текстов СМИ и методы его объективной диагностики / ред. А.А. Леонтьев. М., Смысл, 2004. – 229 с.	1
3	Тард Г. Законы подражания. М., Акад. проект, 2011. – 303 с.	1
4	Психология толпы: социальные и политические механизмы воздействия на массы. М., СПб, Эксмо: Terra Fantastica, 2003. – 794 с.	2
5	Социальная психология: учебное пособие для вузов. Под ред. А.М. Столяренко. М., ЮНИТИ, 2001. – 543 с.	15
6	Ольшанский В.Д. Психология масс. СПб., Питер, 2001. – 363 с.	2
7	Матвеева Л.В. Психология телевизионной коммуникации: учебное пособие для вузов. М., РИП-холдинг, 2002.- 315 с.	2
8	Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб., Прайм-ЕВРОЗНАК, 2002. – 445 с.	5
<b>2.2 Периодические издания</b>		
<b>2.3 Нормативно-технические издания</b>		
<b>2.4 Официальные издания</b>		
<b>2.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины</b>		
1	Электронная библиотека Научной библиотеки Пермского национального исследовательского политехнического университета [Электронный ресурс : полнотекстовая база данных электрон. документов изданных в Изд-ве ПНИПУ]. – Электрон. дан. (1 912 записей). – Пермь, 2014- . – Режим доступа: <a href="http://elib.pstu.ru/">http://elib.pstu.ru/</a> . – Загл. с экрана.	

**Основные данные об обеспеченности на** 01.09.2016

Основная литература  обеспечена  не обеспечена

Дополнительная литература  обеспечена  не обеспечена

Зав. отделом комплектования  
научной библиотеки Н.В. Тюрикова Н.В. Тюрикова

**Текущие данные об обеспеченности на** \_\_\_\_\_  
(дата контроля литературы)

Основная литература  обеспечена  не обеспечена

Дополнительная литература  обеспечена  не обеспечена

Зав. отделом комплектования  
научной библиотеки \_\_\_\_\_ Н.В. Тюрикова

**8.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

**8.3.1. Перечень программного обеспечения, в том числе компьютерные обучающие и контролирующие программы**

Таблица 8.1 – Программы, используемые для обучения и контроля

№ п.п.	Вид учебного занятия	Наименование программного продукта	Рег. номер	Назначение
1	2	3	4	5
1	ПР	Microsoft Office Power Point 2003	лиц.	Программа предназначена для иллюстрации лекционного материала по темам дисциплины и защиты студентами индивидуальных заданий.
2	ПР	Проигрыватель Windows Media	лиц.	Программа предназначена для иллюстрации лекционного материала по темам дисциплины защиты студентами индивидуального задания.

**8.4. Аудио- и видео-пособия**

Таблица 8.2 – Используемые аудио- и видео-пособия Не предусмотрены

**9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине****9.1 Специализированные лаборатории и классы**

Таблица 9.1 – Специализированные лаборатории и классы

№ п.п.	Помещения			Площадь, м <sup>2</sup>	Количество посадочных мест
	Название	Принадлежность (кафедра)	Номер аудитории		
1	2	3	4	5	6
1	Аудитория с мультимедийным проектором и экраном с электроприводом	Гуманитарный факультет	301, к. А	60	30
2	Компьютерные классы с мультимедиа проекторами, интерактивными досками и современными компьютерами	Гуманитарный факультет	107,417, 410, 516 Корпус А	60	60

**9.2. Основное учебное оборудование**

Таблица 9.2 – Учебное оборудование

№ п.п.	Наименование и марка оборудования (стенда, макета, плаката)	Кол-во, ед.	Форма приобретения/владения (собственность, оперативное управление, аренда и т.п.)	Номер аудитории
1	2	3	4	5
1.	Компьютер	1	Оперативное управление	301 к.А
2.	Проектор	1		
3.	Экран	1		

**Лист регистрации изменений**

<b>№ п.п.</b>	<b>Содержание изменения</b>	<b>Дата, номер протокола заседания кафедры. Подпись заведующего кафедрой</b>
1	2	3
1		
2		
3		
4		