

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Хазуров Т.А.
подпись
« 29 » _____ 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.03.01 Социопсихологическая база в медиасфере

Направление подготовки/специальность 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль) / специализация Работа ведущего теле- и радиопередач

Форма обучения очная

Квалификация выпускника магистр

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Социопсихологическая база в медиасфере составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, программа подготовки «Работа ведущего теле- и радиопередач»

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Социопсихологическая база в медиасфере утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа

протокол № 10 «15» мая 2020 г.

Заведующий кафедры (разработчика)

Вологина Е.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Лучинский Ю.В., д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой истории и правового регулирования

Кумунджиева Д.М., руководитель дирекции публицистических и развлекательных программ ГУП КК «Телерадиокомпания НТК»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Подготовка учащихся магистратуры к аналитической рекламной деятельности в современных СМИ, поэтому направлена на развитие культуры их мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. Курс базируется на новом подходе, основополагающими принципами которого является учет особенностей психологического восприятия текста, предполагающего возможности моделирования рекламного сообщения.

1.2 Задачи дисциплины

- Дать теоретическое представление о психологических аспектах воздействия и восприятия медиа-текста, осуществляемой разными носителями информации, о разнообразных психологических эффектах СМИ, продуктивных психологически стратегиях и тактиках речевого воздействия в медиасфере, а также видах и типах научных медиаисследований, принципах разработки их методологии и методики

- Обучить методологии и практике создания и экспертирования психологически эффективных медиатекстов.

- Повысить уровень общепрофессиональной подготовки магистрантов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности журналиста, тем самым дать понимание на углубленном уровне о психологических особенностях их деятельности.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социопсихологическая база в медиасфере» относится к *части, формируемой участниками образовательных отношений* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *универсальных/общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (УК/ОПК/ПК)

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
1.	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	Умеет применять современные коммуникационные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Владеет практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
2.	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающ	Умеет анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурног	Владеет практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях

№ п.п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
		ихся систем, а также принципы их взаимодействия	о взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.	межкультурного общения
3.	ПК-2 Способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово-стилистические особенности	Знать международные тенденции развития медиапространства	Уметь выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события	Владеть способностью ориентироваться в медиапространстве, выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово-стилистические особенности медиатекстов

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ОФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, в том числе:	32,3				32,3
Аудиторные занятия (всего):					
Занятия лекционного типа					
Лабораторные занятия					
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	32				32
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)					
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	49				49
<i>Курсовая работа</i>					
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>					
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>					

<i>Реферат</i>						
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:		26,7				
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	108				
	в том числе контактная работа	32,3				
	зач. ед	3				

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (*очная форма*)

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (в таб. форме)						
№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Тележурналист как субъект общения. Психологические характеристики и качества тележурналиста	14		6		8
2.	Экранный образ тележурналиста. Специфика образа.	18		8		10
3.	Специфика радиийного вещания	20		8		12
4.	Образ радиоведущего	12		6		6
5.	Манипулятивные приемы на ТВ и радио	17		4		13
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	81		32		49
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине					

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

Занятия лекционного типа не предусмотрены

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Тележурналист как субъект общения. Психологические характеристики и	Закономерности массового сознания в текстах масс-медиа. Стратегии, мотивация и психологические задачи в текстах масс-медиа. Установки и стереотипы. Мифы и их воздействие. Технология создания имиджа. Виды	Реферат

	качества тележурналиста	психологического воздействия в текстах. Когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты рекламного воздействия. Информирование, убеждение, внушение, побуждение в рекламе. Понятие коммуникативной эффективности текста масс-медиа. Основные критерии коммуникативной эффективности: распознаваемость (идентифицируемость), апеллятивность, запоминаемость, притягательная и агитационная сила сообщения (вовлекаемость).	
2.	Экранный образ тележурналиста. Специфика образа.	Особенности возрастной, половой, социально-классовой психологии и воздействие текста масс-медиа. Социальные и половозрастные стереотипы в текстах масс-медиа. ЦГВ текстов масс-медиа. Восприятие содержания в массовой коммуникации. Влияние канала коммуникации. Особенности воздействия различных средств массовой информации как следствие различий их выразительных средств. Связь с аудиторией в теле-, радио-, Интернет-коммуникациях.	Кейс-задача
3.	Специфика радиийного вещания	Подражание, заражение, внушение. Самовнушение. Формы косвенного внушения: намек, косвенное одобрение и косвенное осуждение. Убеждение. Психологические модели убеждающего воздействия. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Роль групповых факторов в процессе убеждения. Понятие массовых вкусов. НЛП как система воздействия.	Кейс-задача
4.	Образ радиоведущего	Инструменты убеждения и мобилизации общества в СМИ. Имиджи, медиасобытия, псевдособытия и прочие инструменты медиамифологии как условие манипулирования массовым сознанием. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне: планируемые и непланируемые. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне: установление "пунктов повестки дня", "спираль молчания", "информационный дефицит"	Кейс-задача
5.	Манипулятивные приемы на ТВ и радио	Психологическая направленность текста масс-медиа: значение и смысл, фонетическое значение текста. Речевое воздействие в тексте масс-медиа: основные сферы и разновидности. Скрытые и явные сравнения. Имплицитная информация. Манипулятивные игровые приемы в тексте масс-медиа: парадоксы, каламбуры, стилистические приемы, рифма и т.п. Невербальная текста масс-медиа. Роль цвета и звука.	Кейс-задача

2.3.3 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены

Защита лабораторной работы (ЛР), выполнение курсового проекта (КП), курсовой работы (КР), расчетно-графического задания (РГЗ), написание реферата (Р), эссе (Э), коллоквиум (К), тестирование (Т) и т.д.

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	1. Реферат	2. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. СПб. 2010. 3. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и ПР текстов. СПб., Питер, 2010 4. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М. 2009. 5. Петрова Н.Е. Язык современных СМИ. – М., Флинта, 2011 6. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы. – М, Дашков и К, 2012 7. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. – М.: Флинта, Наука, 2010 8. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии. – СПб, СПбГУ 2011 9. Шарков Ф.И. Разработка и технология производства рекламного продукта. – М., Дашков и К, 2012. 10. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: Куб ГУ, 2017

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

– в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентного подхода должно предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционные занятия: изложение теоретических положений курса, проиллюстрированных примерами из фильмографии. Лекционные занятия могут проводиться в следующем виде: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция - анализ ситуаций.

Практические занятия: по работе с фильмографией и теоретическими источниками по курсу. Возможные виды практических занятий: тематические семинары, проблемные семинары, методы анализа проблемных ситуаций, интеллектуальные и интеллектуально-психологические тренинги, операционные игры, логико-методологическое проектирование, коллоквиумы.

Лабораторные занятия: лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Самостоятельная работа самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

1. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «название дисциплины».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме рефератов, опросов, практических и творческих заданий, и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	Тележурналист как субъект общения. Психологические характеристики и качества тележурналиста		<i>Контрольная работа №1- по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 1-3</i>
2	Экранный образ тележурналиста. Специфика образа.		<i>Вопросы для устного (письменного) опроса по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 4-7</i>
3	Специфика радиийного вещания	<i>УК-1 (уметь)</i>	<i>Тест по теме, разделу</i>	<i>Вопрос на экзамене 8-11</i>
4	Образ радиоведущего		<i>Курсовой проект (работа)</i>	<i>Вопрос на экзамене 12-15</i>
5	Манипулятивные приемы на ТВ и радио		<i>Опрос</i>	<i>Вопрос на экзамене 28-30</i>

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый

	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено	Хорошо/зачтено	Отлично /зачтено
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает - современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает - современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия	Знает - современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия
	Умеет - применять современные коммуникационные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Умеет - применять современные коммуникационные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	Умеет - применять современные коммуникационные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
	Владеет - практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Владеет - практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)	Владеет - практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Знает - феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия	Знает - феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия	Знает - феномен существования различных культур как сложных, саморазвивающихся систем, а также принципы их взаимодействия
	Умеет - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.	Умеет - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.	Умеет - анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия в академической, научной и профессиональной деятельности.

	Владеет - практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения	Владеет - практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения	Владеет - практическими навыками конструктивного взаимодействия в ситуациях межкультурного общения
ПК-2 Способен выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово- стилистические особенности	Знает - международные тенденции развития медиапространства	Знает - международные тенденции развития медиапространства	Знает - международные тенденции развития медиапространства
	Умеет - выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события	Умеет - выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события	Умеет - выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события
	Владеет - способностью ориентироваться в медиапространстве, выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово- стилистические особенности медиатекстов	Владеет - способностью ориентироваться в медиапространстве, выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово- стилистические особенности медиатекстов	Владеет - способностью ориентироваться в медиапространстве, выявлять актуальные события в жизни общества и новые точки зрения на эти события, опираясь на историю, международный опыт и жанрово- стилистические особенности медиатекстов

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов

1. Психологические аспекты творческой деятельности в СМИ.
2. Психология творчества в коммуникационном процессе.
3. Креатив в PR и рекламной деятельности
4. Мода и реклама в аспекте социальной психологии.
5. Слух как СМК. Классификация слухов.
6. Манипулирование в текстах масс-медиа: природа, способы, последствия.
7. Символика и эмблематика в корпоративном имидже.
8. Политическая символика: между идеологией и рекламой.
9. Методы активизации творческого мышления в сфере масс-медиа.
10. Этика в СМИ.
- 11 Методы НЛП в текстах масс-медиа

12. Психолингвистические особенности текстов масс-медиа
- 13 Психографика рекламного текста
- 14 Психолингвистика на службе СМИ
- 15 Психологическое воздействие языковой игры в текстах масс-медиа
- 16 Психосемиотика текста СМИ
- 17 Психологические ошибки в сфере СМИ
- 18 Рациональная и эмоциональная аргументация в текстах масс-медиа
- 19 Психологическая экспертиза текстов масс-медиа
- 20 Психологические принципы коммуникации с аудиторией СМИ
- 22 Теория транзактов Э.Берна
В сфере коммуникации
- 23 Психологические особенности радиовоздействия
- 24 Техники эриксоновского гипноза в СМИ
25. Психологические основы создания имиджа в СМИ
- 26 Психология цвета
В текстах масс-медиа
- 27 Использование языка в коммуникативных целях.
- 28 Вербальное и невербальное воздействие в СМИ
- 29 Когнитивная психология на службе у коммуникативистики
30. Техники Эриксоновского гипноза в рекламе
31. НЛП как система быстрого убеждения в коммуникативной сфере
32. Психология коммуникаций с потребителем. Конфликтология
- 33 Психологические приемы создания имиджа
34. Психологическая экспертиза текстов масс-медиа
- 35 Психология манипулятивных приемов в коммуникации
- 36 Специфика психологического воздействия в политической рекламе
- 27 Потребности и побудительные мотивы в рекламе и их речевое выражение.
28. Факторы привлечения внимания и «вовлечения» в масс-медийной сфере
- 29 Когнитивные и речевые модели формирования отношения к СМИ
- 30 Роль сенсорно-перцептивных процессов в восприятии текстов масс-медиа

Примерная тематика комплекта кейс-задач

Тема 2 «Психология восприятия текстов масс-медиа»

Задания.

- 1 Определите тип коммуникабельности вашего собеседника. В какой роли (по Берну) он чаще всего предпочитает общаться.
- 2 Ответьте на вопрос «Вы меня понимаете?» с позиций ребенка, взрослого и родителя.
- 3 Проведите транзакты (определив, удачные они или неудачные), исполняя роли ребенка, родителя или взрослого. Например: в магазине, в качестве промоутера, в больнице и т.п.

Пояснения по выполнению заданий. Учащиеся на практике учатся применять теорию транзактов, предложенную Э. Берном.

Группа произвольно разбивается на пары. Учащиеся получают задание, которое выполняют поэтапно.

Тема 3 «Методы психологического воздействия рекламы в массовой коммуникации».

Задания:

1. Будут ли данные слоганы вовлекать потребителя? Докажите, учитывая наличие или отсутствие в них манипулятивных приемов + наличие или отсутствие ритмичности. (включая «золотое сечение»)

SECOND HAND –ПРОСТОР ДЛЯ БИЗНЕСА (распродажа)

ЖИРНЫЕ ПТИЦЫ НЕ ЛЕТАЮТ. (рекламное агентство)

РЕКЛАМА – ЭТО НЕ ПРОСТО МОДНЫЙ ГАЛСТУК

ЭТО РУБАШКА, БРЮКИ

А ПОРОЙ И БЕЛЬЕ, ПРИКРЫВАЮЩЕЕ СРАМ. .(в подкорке остается информация выпадающих из общей акцентной схемы слов – реклама рубашка белье прикрывающее)

2. Создайте по три слогана, применив в них техники эриксоновского гипноза для сокрытия команды.

Тема 4 «Роль рекламы и СМИ в формировании и управлении массовым сознанием»

Предполагается проанализировать и редактировать с помощью «техники кавычек» тексты политической имиджевой рекламы, предназначенные для трансляции в СМИ.

Проведите анализ розданных листовок.

Алгоритм:

а. Вид и тип рекламы (т.е. листовка, буклет, наружная реклама. Реклама-антиреклама- ложная реклама/антиреклама.

б. Основная стратегия и УТП в данной рекламе. Учет возможности антирекламы.

в. Приемы, примененные политтехнологами (психологические и языковые)

г. Дизайн материала (цвет, графика), его взаимосвязь с вербальным текстом

д. Ошибки рекламистов

Вывод. Оценка и возможные исправления.

2. Составьте текст антирекламного выступления (опираясь на розданные вам листовки), используя «технику кавычек».

3. Попробуйте усовершенствовать данный текст листовки, построив повествование по технике «тройной спирали»

Тема 5 «Психосемантика медиатекста»

Задание:

1. Определите, насколько креативно и художественно ценно имя бренда радиокампании «Модерн», УТП, ассоциативный ряд, связанный со словарным значением слова, соотношение с национально-культурными стереотипами, фонетическое значение по избранным признакам, цветовые ассоциации.

Алгоритм определения фонетического значения:

1. Выбрать из предложенных в таблице А.П. Журавлева признаки, адекватные УТП рекламируемых товара или услуги.

2. Осуществить интуитивный подбор имени бренда

3. Произвести операции, предложенные методикой Журавлева, для определения фонетического (признакового) значения продукции.

4. Выявить наличие-отсутствие признаков в звуковой оболочке слова.

5. Учитывая набор гласных по таблице Г.Н. Ивановой-Лукьяновой определить цвето-звуковую гамму слова.

Тема 6 «Национально-культурная специфика и психологическая экспертиза массмедийного текста».

Описание ситуации:

В последнее время тексты СМИ могут включать неэтичные трансляции, нарушая общепринятые нормы морали, которые не подчиняются законодательной регламентации. В то же время конкуренция заставляет СМИ создавать эпатажные тексты, этически шокирующие социум.

Задания.

1. Определите тексты с неэтичной составляющей
2. Какие последствия влечет за собой этическое нарушение в психологическом аспекте? На эти вопросы должны ответить магистранты в ходе анализа медиа-текстов. Предварительно каждому дается задание записать такой текст. Задание направлено на выяснение психологических последствий этических нарушений в СМИ и должно породить понимание опасности последствий неэтичных трансляций для общества.

Методическое пояснение по выполнению представленных заданий (кейс-задач).

Метод кейс-стади основан на изучении и анализе студентами реальных ситуаций из практики рекламы. Под кейсом в настоящем учебно-методическом комплексе понимается описание реальной ситуации, содержащее имитационное моделирование, постановку проблемы (проблем). Это описание дается с позиции заказчика или конкретного создателя рекламного сообщения, что позволяет студентам – участникам семинара включиться в анализ вопроса, приняв на себя роль либо копирайтера, либо консультанта.

Выбор ролевой позиции студентом имеет важное значение, поскольку предполагает различные модели анализа и действий. Выбор роли исполнителя рекламного заказа может повлечь за собой создание одной или нескольких групп для поиска оптимального решения, проведение рабочих совещаний по проблеме, подготовку креативных проектов или плана реализации того или иного задания.

Выбор же роли консультанта требует не только проработки вариантов решения проблемы, но и учета целого ряда факторов в системе отношений «консультант-клиент» в процессе планирования и осуществления изменений, включая и преодоление сопротивления планируемым и осуществляемым изменениям.

Если рассмотреть все фазы процесса консультирования, то они включают в себя: 1) *стадию подготовки* - первый контакт с клиентом, предварительный диагноз проблемы, планирование задания, предложения клиенту относительно задания, подготовку и заключение контракта на консультирование; 2) *стадию установления диагноза* - обнаружение фактов; анализ и синтез фактов, детальное изучение проблемы; 3) *стадию планирования действий* – выработку решения, оценку альтернативных вариантов, предложения клиенту, планирование осуществления решений; 4) *стадию внедрения* – разработку проекта, корректировку предложений, обучение; 5) *стадию завершения* – оценку, конечный отчет, расчет по обязательствам, планы на будущее, уход консультанта.

Важность подобной постановки учебной задачи позволяет уже на первой стадии моделирования роли консультанта провести, например, конкурсный отбор консультантов для дальнейшей работы, внося естественный соревновательный момент в учебный процесс. Подобная постановка вопроса учит выстраиванию взаимоотношений клиентов с консультантами и консультантов с клиентами, формулировке теоретических подходов, зачастую влияющих на весь последующий процесс анализа и изменений.

На второй стадии важен отбор фактов, всестороннее рассмотрение проблемы и ее диагностика.

В третьей фазе – планировании действий, основная цель – найти решение проблемы, разработать речевую стратегию и тактику создания или внедрения рекламируемой

продукции. Эта фаза предполагает активное взаимодействие консультанта с клиентом, что позволяет значительно разнообразить процесс обучения.

Не менее важны и две последующие стадии – внедрение и завершение. Они предоставляют богатые возможности для креативной деятельности рекламиста.

Важно помнить и о целях кейс-обучения, планируя различный уровень сложности семинарских занятий. В зарубежной методике кейс-обучения выделяются 3 вида кейсов – демонстрационный, тренинговый и инновационный.

Цель *демонстрационного* кейса – продемонстрировать отработанные методы решения рекламных задач различной категории сложности, обобщить накопленный рекламистами опыт на основе структурированных фактов.

Цель *тренингового* кейса – приобретение опыта анализа простых и сложных структурированных проблемных ситуаций, разработки креативных решений, использования социальных технологий.

Цель *инновационного* кейса – развитие аналитических способностей при анализе сложных слабо структурированных ситуаций, решения которых так и не были найдены, или развитие которых не завершилось в момент подготовки соответствующего кейса.

Практическая полезность кейс-метода состоит в том, что он позволяет связать деятельность практического рекламиста, разрабатывающего и реализующего стратегию продвижения товара на рынке.

Использование кейс-метода предполагает следующую последовательность действий по подготовке и проведению учебного занятия:

1. не менее чем за неделю до проведения занятия преподаватель доводит до студентов содержание кейса и список рекомендуемой литературы;
2. студенты, работая над кейсом индивидуально, могут обсуждать кейс в малых группах;
3. если в процессе подготовки к семинарскому занятию у студентов возникли вопросы по прочитанной литературе или по условиям кейса, они могут задать вопросы преподавателю;
4. в процессе занятия преподаватель выбирает модератора – ведущего, который под наблюдением преподавателя руководит обсуждением проблемы, направляя ход дискуссии; преподаватель может вмешиваться в ход дискуссии, комментируя выступления участников, давать дополнительные сведения по обсуждаемым проблемам;
5. по окончании обсуждения кейса студенты обобщают результаты, выделяя основные подходы к решению обсуждаемой проблемы, а преподаватель оценивает участие студентов в решении задач.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Психологический и социально-психологический аспекты анализа текстов масс-медиа
2. Методология и методы психологических исследований текстов масс-медиа
3. Психологические механизмы восприятия текстов масс-медиа
4. Особенности воздействия текстов различных СМИ.
5. Психологические механизмы коммуникативного воздействия СМИ на личность и массы.
6. Стереотипы, архетипы и мифология в текстах масс-медиа.
7. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
8. Манипулятивные игровые приемы в СМИ
9. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровне.

10. Психологические модели убеждающего воздействия в масс-медийной сфере.
11. Способы влияния массовой коммуникации на индивида и социальные группы.
12. Манипулирование: природа, формы и механизмы.
13. Пропаганда и политическая реклама: психологическое и социально-психологическое измерение.
14. Психодизайн в СМИ.
15. Коммуникативная эффективность текстов масс-медиа: критерии эффективности.
16. Психологическая экспертиза текстов масс-медиа.
17. Психология творчества: апеллятивные приемы создания текстов масс-медиа текста.
18. Психологические приемы усиления запоминаемости в коммуникативной сфере
19. Психосемантика в рекламе и СМИ.
20. Креативная психология в области коммуникации.
21. Психологические особенности создания рекламного слогана
22. Манипулятивные техники в рекламе
23. Психографика в рекламном тексте
24. Психологические особенности телерекламы
25. Психологические особенности радиорекламы
26. Психологические особенности политической рекламы, ее символики и эмблематики.
27. Национально-культурное восприятие рекламного сообщения.
28. Психологические особенности текстов радио
29. Психологические аспекты телетрансляций.
30. Психолингвистические приемы в рекламе
31. Пресса как объект манипулятивных технологий («скрытая реклама»)
32. Гендерные подходы в сфере коммуникаций
33. Когнитивные процессы в формировании образов текстов масс-медиа
34. Критерии эффективности рекламы в СМИ.
35. Психология на службе у дизайна в печатных изданиях
36. Воздействие СМИ на поведение социума
37. Установки и стереотипы в текстах масс-медиа
38. Мифы как средство коммуникативного воздействия.
39. Роль эмоций и ассоциаций в текстах масс-медиа.
40. Психологические приемы политической коммуникации

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством

УК-4

УК-5

ПК-2

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ. Результат

сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

Оценка «5» («отлично») / зачтено соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно». Выставляется студенту, - усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; - обнаружившему всестороннее систематическое знание учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

Оценка «4» («хорошо») / зачтено соответствует следующей качественной характеристике: «изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет». Выставляется студенту, - обнаружившему полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей; - показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

Оценка «3» («удовлетворительно») / зачтено выставляется студенту, - обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; - допустившему неточности в ответе и при выполнении заданий, но обладающему необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка «2» («неудовлетворительно») / не зачтено выставляется студенту, - обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; - давшему ответ, который не соответствует экзаменационному вопросу.

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

5.1 Основная литература:

11. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Речевая коммуникация. СПб. 2010.
12. Иванова К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и ПР текстов. СПб., Питер, 2010
13. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. М. 2009.
14. Петрова Н.Е. Язык современных СМИ. – М., Флинта, 2011
15. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы. – М., Дашков и К, 2012
16. Сердобинцева Е.Н. Структура и язык рекламных текстов. – М.: Флинта, Наука, 2010
17. Ульяновский А.В. Современные рекламные технологии. – СПб, СПбГУ 2011

18. Шарков Ф.И. Разработка и технология производства рекламного продукта. – М., Дашков и К, 2012.

Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: Куб ГУ, 2017

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4.

2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.

3. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и пр : учебник для бакалавриата и магистратуры / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/48F63921-D1D7-4D24-BD2F-A533447EDC5E.

5.3. Периодические издания:

1. Вестник МГУ. Серия 10: Журналистика
2. Журналист.
3. Профессия: журналист
4. Главный редактор.

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

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

– освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

– планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

– самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

– выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

– самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

– предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

– в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

– предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

– использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

– использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: практические занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Лабораторные занятия(ЛЗ)

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, проработка теоретического материала, подготовка индивидуальных заданий.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 Times New Roman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («Microsoft Word»)
- Программы для просмотра pdf-файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
4. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
5. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
6. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1.	Лабораторные занятия	Аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№301 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 14 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., проектор) ауд.№307 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд.№310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд.№410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд.№412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
2.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№202,306,307,407,408,409,411 (Комплект учебной мебели, доска учебная) ауд. 310 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) ауд. 410 (выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.; ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект фотооборудования) ауд. 412 (Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели доска учебная.;

		ПЭВМ учебная - 3 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт, комплект видеозаписывающего оборудования)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд.№ 304,305,306,404,406,407,408,409 (Комплект учебной мебели, доска учебная)
4.	Самостоятельная работа	Кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.