

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

подпись

« 30 »

Г.А. Харунов

мая 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.О.15.03 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины Психология массовых коммуникаций составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

Ю.Е. Николаева, доц., канд. филол. наук

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


подпись

Рабочая программа дисциплины Психология массовых коммуникаций утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол №10 «28» апреля 2025 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол №10 «07» мая 2025 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

Е.В. Долакова, заместитель руководителя Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Южному федеральному округу

Е.В. Харитоновна, д-р психол. наук, проф. кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины

Основная цель освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - сформировать у студентов понимание специфики и психологических особенностей функционирования системы массовой коммуникации.

1.2 Задачи дисциплины

- изучить основные понятия психологии массовой коммуникации;
- раскрыть особенности информационно-психологического воздействия на массовую аудиторию в соответствии с основными видами и задачами массовой коммуникации,
- рассмотреть возможные культурно-исторические последствия различных влияний на массовое сознание;
- определить место и значение духовно-нравственных ценностей в системе массовой коммуникации;
- сформировать умение выявлять на практике технологии манипулирования массовым сознанием, находить способы противодействия им.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Психология», «Теория и практика массовой информации».

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» закладывает основу для последующего изучения следующих дисциплин: «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта», «Консалтинг в связях с общественностью».

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 следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	
ИУК-3.1. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу.	Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы.
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.
ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.
ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице

Виды работ	Всего часов	Форма обучения	
		очная	заочная
		3 семестр (часы)	3 семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:	38,3/18,3	38,3	18,3
Аудиторные занятия (всего):			
занятия лекционного типа	16/6	16	6
лабораторные занятия			
занятия семинарского типа (практические занятия)	18/12	18	12
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3/0,3	0,3	0,3
Самостоятельная работа, в том числе:	70/117	70	117
Реферат/эссе (подготовка)	23/39	23	39
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	23/39	23	39
Подготовка к текущему контролю	24/39	24	39

Контроль:		35,7/8,7	35,7		8,7
Подготовка к экзамену					
Общая трудоемкость	час.	144/144	144		144
	в том числе контактная работа	38,3/18,3	38,3		18,3
	зач. ед	4/4	4		4

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.	16	4	2		10
2.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.	14	2	2		10
3.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	16	2	4		10
4	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ	16	2	4		10
5	Создание образа мира с помощью СМК	14	2	2		10
6	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	14	2	2		10
7	Влияние СМК на массовые и политические процессы	14	2	2		10
8	ИТОГО по разделам дисциплины	104	16	18		70
9	Контроль самостоятельной работы (КСР)	4				
10	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
11	Подготовка к текущему контролю	35,7				
12	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

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

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
4.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.	24	2	2		20
5.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.	22		2		20
6.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	14	2	2		10
4	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ	22		2		20
5	Создание образа мира с помощью СМК	12		2		10
6	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	22		2		20
7	Влияние СМК на массовые и политические процессы	19	2			17
8	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	135	6	12		117
9	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
10	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
11	Подготовка к текущему контролю	8,7				
12	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций	Психология массовое коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Особенности массовых коммуникаций как вида общения. Особенности трех сторон общения. Отличия между массовыми коммуникациями и межличностным общением. Участники	Конспект лекции

	как вида общения.	коммуникативного процесса. Структура массовых коммуникаций. Коммуникатор в массовых коммуникациях. Сообщение в массовых коммуникациях. Аудитория в массовых коммуникациях. Процессы кодирования и декодирования информации. Средства массовой коммуникации. Функции массовых коммуникаций в современном обществе. Структура личности как база восприятия информации	
2.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций	Бихевиорально-ориентированные теории массовых коммуникаций. Когнитивно-ориентированные теории массовых коммуникаций. Психоанализ и неофрейдизм. Гештальтпсихология в МК. Гуманистическая психология. Аксиология. Модели массовых коммуникаций: линейные, круговые, спиральные. Средства массовых коммуникаций: особенности и преимущества различных видов (печать, радио, телевидение, Интернет). Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций. Виды и цели психологических исследований СМК. Экспериментальные исследования СМК. Опрос: анкетирование и интервью. Фокус-группа как разновидность интервью. Тесты. Контент-анализ. Дискурс-анализ. Методы анализа визуальных текстов. Метод создания медиапортрета. Метааналитические исследования массовых коммуникаций. Направления психологических исследований массовых коммуникаций	Конспект лекции
3.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	Аудитория как объект массового воздействия. Понятие, структура и методы психологического воздействия. Механизмы социально-психологического воздействия: идентификация, подражание, внушение, стереотипизация, психические автоматизмы, заражение, эмпатия. Эффекты воздействия в СМК.	Конспект лекции
4.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	Проблема психологической безопасности воздействия МК. Убеждение в МК. Стратегии убеждения в СМК. Факторы эффективности убеждения.	Конспект лекции
5.	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ	Этапы восприятия и переработки информации. Механизмы усвоения информации. Психические процессы и массовая коммуникация: ощущения, эмоции, память, мышление и др. Новости и формирование образа мира.	Конспект лекции

6.	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	Эмоциональные состояния. Механизмы эмоционального воздействия на СМК. Положительные эмоции, вызванные СМК. Развлечения в СМК. Негативные эмоции в СМК.	Конспект лекции
7.	Создание образа мира с помощью СМК	Общественное мнение как продукт СМК. Новости и формирование образа мира. Повестка дня. Виртуализация коммуникации в современном мире	Конспект лекции
8.	Влияние СМК на массовые и политические процессы	Воздействие СМК на микроуровне. Воздействие СМК на макроуровне. Методы формирования общественного мнения.	Конспект лекции

Занятия лекционного типа (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций	Психология массовое коммуникации: научное направление и академическая дисциплина. Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Особенности массовых коммуникаций как вида общения. Особенности трех сторон общения. Отличия между массовыми коммуникациями и межличностным общением. Участники коммуникативного процесса. Структура массовых коммуникаций. Коммуникатор в массовых коммуникациях. Сообщение в массовых коммуникациях. Аудитория в массовых коммуникациях. Процессы кодирования и декодирования информации. Средства массовой коммуникации. Функции массовых коммуникаций в современном обществе. Структура личности как база восприятия информации Бихевиорально-ориентированные теории массовых коммуникаций. Когнитивно-ориентированные теории массовых коммуникаций. Психоанализ и неопрейдизм. Гештальтпсихология в МК. Гуманистическая психология. Аксиология. Модели массовых коммуникаций: линейные, круговые, спиральные. Средства массовых коммуникаций: особенности и	Конспект лекции

		преимущества различных видов (печать, радио, телевидение, Интернет). Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций. Виды и цели психологических исследований СМК. Экспериментальные исследования СМК. Опрос: анкетирование и интервью. Фокус-группа как разновидность интервью. Тесты. Контент-анализ. Дискурс-анализ. Методы анализа визуальных текстов. Метод создания медиапортрета. Метааналитические исследования массовых коммуникаций. Направления психологических исследований массовых коммуникаций	
2.	Механизмы и методы воздействия в СМИ. Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ	Аудитория как объект массового воздействия. Понятие, структура и методы психологического воздействия. Механизмы социально-психологического воздействия: идентификация, подражание, внушение, стереотипизация, психические автоматизмы, заражение, эмпатия. Эффекты воздействия в СМК. Проблема психологической безопасности воздействия МК. Убеждение в МК. Стратегии убеждения в СМК. Факторы эффективности убеждения. Этапы восприятия и переработки информации. Механизмы усвоения информации. Психические процессы и массовая коммуникация: ощущения, эмоции, память, мышление и др. Новости и формирование образа мира.	Конспект лекции
3.	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК Создание образа мира с помощью СМК Влияние СМК на массовые и политические процессы	Эмоциональные состояния. Механизмы эмоционального воздействия на СМК. Положительные эмоции, вызванные СМК. Развлечения в СМК. Негативные эмоции в СМК. Общественное мнение как продукт СМК. Новости и формирование образа мира. Повестка дня. Виртуализация коммуникации в современном мире Воздействие СМК на микроуровне. Воздействие СМК на макроуровне. Методы формирования общественного мнения. Методы политической пропаганды. Методы политической рекламы. Виды слухов. Использование средств МК в маркетинге и бизнесе	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (очная форма обучения)

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.	1. Массовая коммуникация в современном обществе. 2. Массовая коммуникация как система. Структура массовой коммуникации	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Понятие и виды массовой коммуникации	1. Виды МК	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций	1. Психологические аспекты изучения поведения человека и эффектов воздействия массовой коммуникации. 2. Методы исследования МК.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	1. Манипуляция сознанием в системе массовой коммуникации 2. Главные мишени манипуляторов сознанием. Знаковые системы	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	1. Психофизиологические особенности восприятия рекламы	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ	1. Этапы восприятия информации 2. Факторы восприятия медийных текстов	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

7.	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	1. Воздействие СМК на эмоциональные процессы. 2. Психологические аспекты изучения поведения человека и эффектов воздействия массовой коммуникации	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
8.	Создание образа мира с помощью СМК	1. Патриотизм в системе МК 2. Роль новостей в формировании психологического здоровья нации.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
9.	Влияние СМК на массовые и политические процессы	1. 1.Имиджмейкерство в массовой коммуникации 1 Мифология в массовой коммуникации	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

Занятия семинарского типа (практические / семинарские занятия/ лабораторные работы) (заочная форма обучения)

№	Наименование раздела	Наименование практических работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.	3. Массовая коммуникация в современном обществе. 4. Массовая коммуникация как система. Структура массовой коммуникации 5. Виды МК	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций	3. Психологические аспекты изучения поведения человека и эффектов воздействия массовой коммуникации. 4. Методы исследования МК.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Механизмы и методы воздействия в СМИ.	3. Манипуляция сознанием в системе массовой коммуникации 4. Главные мишени манипуляторов сознанием. Знаковые системы 5. Психофизиологические особенности восприятия рекламы	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

4.	Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	1. Этапы восприятия информации 2. Факторы восприятия медийных текстов 3. Воздействие СМК на эмоциональные процессы. 4. Психологические аспекты изучения поведения человека и эффектов воздействия массовой коммуникации	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Создание образа мира с помощью СМК	3. Патриотизм в системе МК 4. Роль новостей в формировании психологического здоровья нации. 5. Виртуализация коммуникации в современном мире	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Влияние СМК на массовые и политические процессы	2. Имиджмейкерство в массовой коммуникации 3. Мифология в массовой коммуникации	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

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.

2.3.3 Курсовые проекты 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	Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям и т.д.)	1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, в том числе по организации самостоятельной работы студентов и проведения интерактивных форм занятий, утвержденные на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью, протокол №11 от 20.05.2021

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, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Ее цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; [L] [SEP]
- логичность, четкость и ясность в изложении материала; [L] [SEP]
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью [SEP] активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; [L] [SEP]
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; [L] [SEP]
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; [L] [SEP]
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ).

Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

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.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

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

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к экзамену.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИУК-3.1. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу.	Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы.	<i>Опрос Реферат, доклад</i>	Вопрос на экзамене 1-17
2	ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории.	Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории.	<i>Опрос Реферат, доклад</i>	Вопрос на экзамене 18-35
3	ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.	Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и	<i>Опрос Реферат, доклад</i>	Вопрос на экзамене 36-53

		потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории.		
4	ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории.	<i>Опрос Реферат, доклад</i>	Вопрос на экзамене 54-68

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
Примерный перечень вопросов и заданий

Тест по учебной дисциплине

- Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является ...
 - непосредственность общения
 - опосредованность общения
 - свобода общения
 - масштаб общения
- Для общения в условиях массовой коммуникации характерна ... обратная связь.
 - отсроченная
 - прямая
 - косвенная
 - латентная
- Для общения в условиях массовой коммуникации характерна ...
 - массовость субъектов общения
 - единичность субъектов общения
 - отсутствие субъектов общения
 - отсутствие объектов общения
- К видам внимания не относится ...
 - непроизвольное
 - произвольное
 - послепроизвольное
 - глубокое

5. «Психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации» называется ...

А) установкой Б) стереотипом В) ощущением Г) восприятием

6. Автором термина «стереотип» являлся ...

а) У. Липман

б) З. Фрейд

в) К. Юнг

г) Р. Харрис

7. «Слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия» называются ...

а) паническими

б) агрессивными

в) пугалами

г) экспрессивными

8. К видам слухов не относят ...

а) агрессивные слухи

б) субъективные слухи

в) слухи-пугало

г) слухи-желания

9. К видам слухов относят ...

а) слух-желание

б) субъективный слух

в) объективный слух

г) проективный слух

10. К особенностям циркуляции слухов не относят ...

а) сглаживание

б) заострение

в) адаптацию

г) консервацию

11. К особенностям циркуляции слухов относят ...

а) адаптацию

б) активацию

в) авторизацию

г) дезактивацию

12. «Ложную или истинную, проверенную или не поддающуюся проверке (и в этом случае обычно маловероятную), неполную, пристрастную, но правдоподобную информацию о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, и об обстоятельствах, касающихся достаточно закрытых сторон жизни сравнительно замкнутых, элитных социальных групп» называют ...

а) сплетней

б) стереотипом

в) установкой

г) слухом

13. «Контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно» называется ...

- а) толпой
- б) массой
- в) публикой
- г) коллективом

14. К типу толпы не относится ...

- а) экспрессивная
- б) действующая
- в) случайная
- г) специальная

15. К типу толпы относится ...

- а) экспрессивная
- б) специальная
- в) латентная
- г) профессиональная

16. Термин «паника» имеет ... происхождение

- А) римское
- Б) советское
- В) греческое
- Г) американское

17. Термин «катарсис» был введён...

- а) Платоном
- б) Демокритом
- в) Аристотелем
- г) Цицероном

18. Десенсибилизация связана с ...

- а) понижением чувствительности к насилию
- б) повышению чувствительности к насилию
- в) не повторением насилия в жизни
- г) повторением насилия в жизни

19. «Множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам» - это...

- а) агрессивная толпа
- б) экспрессивная толпа
- в) паническая толпа
- г) экстатическая толпа

20. ... толпа состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности

- а) экспрессивная
- б) стяжательская
- в) агрессивная

г) паническая

Задание 1. Массовая коммуникация: феноменологические особенности и психологические функции.

Вопросы для обсуждения:

1. Массовая коммуникация в современном обществе.
2. Массовая коммуникация как система.
3. Структура массовой коммуникации
4. Виды МК

Задание 2. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.

Вопросы для обсуждения:

1. Психологические аспекты изучения поведения человека и эффектов воздействия массовой коммуникации.
2. Методы исследования МК.

Задание 3. Механизмы воздействия в сфере массовой коммуникации

1. Манипуляция сознанием в системе массовой коммуникации (по книге С. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием»)
2. Главные мишени манипуляторов сознанием. Знаковые системы (по книге С. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием»)
3. Психофизиологические особенности восприятия рекламы

Вопросы для устного опроса

1. Особенности массовых коммуникаций как вида общения.
2. Особенности трех сторон общения.
3. Отличия между массовыми коммуникациями и межличностным общением.
4. Участники коммуникативного процесса.
5. Структура массовых коммуникаций.
6. Коммуникатор в массовых коммуникациях.
7. Сообщение в массовых коммуникациях.
8. Аудитория в массовых коммуникациях.
9. Процессы кодирования и декодирования информации.
10. Средства массовой коммуникации.
11. Функции массовых коммуникаций в современном обществе
12. Медиацентрированная и человекоцентрированные парадигмы. Бихевиорально-ориентированные теории массовых коммуникаций.
13. Когнитивно-ориентированные теории массовых коммуникаций.
14. Модели массовых коммуникаций: линейные, круговые, спиральные.
15. Средства массовых коммуникаций: особенности и преимущества различных видов (печать, радио, телевидение, Интернет). Особенности новых коммуникационных технологий.
16. Методы исследования и психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций. Виды и цели психологических исследований СМК.
17. Экспериментальные исследования СМК. Опрос: анкетирование и интервью. Фокус-группа как разновидность интервью. Тесты. Контент-анализ. Дискурс-анализ. Методы анализа визуальных текстов. Метод создания медиапортрета.
18. Метааналитические исследования массовых коммуникаций.
19. Направления психологических исследований массовых коммуникаций
20. Понятие, структура и методы психологического воздействия.

21. Механизмы социально-психологического воздействия: идентификация, подражание, внушение, стереотипизация, психические автоматизмы, заражение, эмпатия.
22. Методы воздействия в СМК: «метод утвердительных высказываний», «выборочный подбор информации», «метод использования слоганов», «дополнительное свидетельство», «победившая сторона», «использование авторитетов», «создание контраста», «сравнение», «такие же как все».
23. Суггестивные психотехнологии в СМК.
24. Методы НЛП в МК. Психоаналитические методы.
25. Эффекты воздействия в СМК.
26. Проблема психологической безопасности воздействия МК
27. Этапы восприятия и переработки информации.
28. Механизмы усвоения информации.
29. Инновация.
30. Новости и формирование образа мира.
31. Убеждение в МК. Стратегии убеждения в СМК.
32. Факторы эффективности убеждения.
33. Новости и формирование образа мира.
34. Повестка дня.
35. Эмоциональные состояния.
36. Механизмы эмоционального воздействия на СМК.
37. Положительные эмоции, вызванные СМК.
38. Развлечения в СМК.
39. Негативные эмоции в СМК.
40. Механизмы воздействия СМК на поведение.
41. Проблема демонстрации насилия в СМК.
42. Проблема демонстрации сексуально откровенных сцен в СМК.
43. Механизмы воздействия СМК на межгрупповые отношения.
44. Стереотипы в СМИ.
45. Изображение различных социальных групп в СМК.
46. Гендерные стереотипы.
47. Этнические стереотипы.
48. Возрастные стереотипы.
49. Воздействие СМК на микроуровне.
50. Воздействие СМК на макроуровне.
51. Методы формирования общественного мнения.
52. Методы политической пропаганды.
53. Методы политической рекламы.
54. Виды слухов.
55. Использование средств МК в маркетинге и бизнесе

Реферат

Тематика рефератов

1. Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения
2. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций
3. Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций
4. Механизмы и методы воздействия в СМИ
5. Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ
6. Создание образа мира с помощью СМК
7. Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК

8. Влияние СМК на поведение личности. Проблема использования сцен секса и насилия в СМК
9. Влияние СМК на межгрупповые отношения
10. Влияние СМК на массовые и политические процессы
11. Психологическое содержание, общие требования, условия формирования имиджа.
12. Психологически модели имиджа.
13. Психотехнологии создания эффективного политического имиджа.
14. Социально-психологические особенности брендинга в массовой коммуникации.
15. Определения политической марки и его политического бренда.
16. Эмоциональные состояния.
17. Механизмы эмоционального воздействия на СМК.
18. Положительные эмоции, вызванные СМК.
19. Развлечения в СМК.
20. Негативные эмоции в СМК.
21. Механизмы воздействия СМК на поведение.
22. Проблема демонстрации насилия в СМК.
23. Проблема демонстрации сексуально откровенных сцен в СМК.
24. Механизмы воздействия СМК на межгрупповые отношения.
25. Стереотипы в СМИ.
26. Изображение различных социальных групп в СМК.
27. Гендерные стереотипы.
28. Этнические стереотипы.
29. Возрастные стереотипы.
30. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации.
31. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
32. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации.
33. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
34. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях.
35. PR и пропаганда: сходство и различия.
36. Массовая коммуникация как социальный феномен.
37. Проблема свободы печати с точки зрения массовой коммуникации.
38. Стереотипизация как условие осуществления массовой коммуникации.
39. Массовая коммуникация как фактор регулирования массового поведения.
- Особенности межличностного общения и массовая коммуникация.
40. Значение авторитета и престижа источника массовой коммуникации.
41. Роль источника массовой коммуникации как «привратника».
42. Условия осуществления массовой коммуникации в потоке информации.
43. Сочетание вербальной и невербальной коммуникации и как условие эффективности коммуникации.
44. Понятие эффективности массовой коммуникации.
45. Барьеры массовой коммуникации.
46. Способы привлечения и удержания внимания в массовой коммуникации.
47. Запоминание как цель массовой коммуникации.
48. Условия понимания сообщения в массовой коммуникации.
49. Мода как социально-психологический феномен.
50. Творческие способности и творческое мышление.
51. Психология творчества в PR – деятельности.
52. Креативная психология в рекламном деле.
53. Психологические особенности политической символики и эмблематики.
54. Психологические особенности социокультурных символов и эмблем.

55. Психологические особенности коммерческой символики и эмблематики.
56. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
57. Психологические модели убеждающего воздействия.
58. Роль СМИ в пропаганде и агитации.
59. Коммуникативная эффективность рекламы.
60. Критерии эффективности рекламы.
61. Слухи и предрассудки в PR – деятельности.
62. Исследования в области массовой коммуникации: история и результаты.
63. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации.
64. Методы психологического воздействия в массовой коммуникации.
65. Манипулирование: психологические аспекты.
66. СМИ как «четвертая власть».
67. Социально-психологический механизм политической власти.
68. Образ «идеальной» рекламы в различных этнокультурных группах.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен)

1. Понятие массовой коммуникации.
2. Гендерные стереотипы в рекламе и журналистике.
3. Функции массовой коммуникации.
4. Мифология в массовой коммуникации (осмысление проблемы на основе серии работ В. Мединского «Мифы о России»).
5. Реклама как область МК.
6. Аксиология в контексте гуманитарных теорий массовой коммуникации. СМИ как транслятор ценностей и смыслов.
7. Патриотизм и космополитизм в поле массовой коммуникации.
8. Понятие «духовность» в современной психологии.
9. Базовые модели коммуникативного процесса (формула Г. Лассуэлла, модели Дж. Гербнера, Шеннона-Уивера, У. Шрамма, М. Дёфлера и др.).
10. Духовно-нравственные ценности общества в контексте социальных перемен.
11. СМИ: общая характеристика. Эффекты массовой коммуникации.
12. Образ семьи и семейные ценности в системе массовой коммуникации.
13. Массовая коммуникация и современная коммуникативная политика. Коммуникативные стратегии.
14. Категория «свобода» в системе массовой коммуникации.
15. Общение в системе массовых коммуникаций.
16. Проблема веры в системе массовой коммуникации.
17. Понятие «манипуляция сознанием». Различные определения этого понятия. Родовые признаки и свойства манипуляции.
18. Стереотип как метод воздействия на человека. Стереотип и реклама.
19. Демократия, тоталитаризм и манипуляция сознанием. Учение о гегемонии Антонио Грамши.
20. Свойства стереотипов и методы их выявления.
21. Роль и значение национального стереотипа в массовых коммуникационных процессах.
22. Понятие потребности в социальной психологии.
23. Роль социальных потребностей в коммуникативном процессе.
24. Социальный интерес как одна из основ массовых коммуникаций.
25. Непосредственный и опосредованный интерес в коммуникационном процессе.
26. Основные причины динамики интересов в процессе коммуникации.
27. Понятия мотива и мотивации.
28. Социальные условия смены мотивов в процессе коммуникации.

29. Альтруистические мотивы в массовых коммуникациях.
30. Язык слов и манипуляция сознанием.
31. Бихевиоризм. Общая характеристика.
32. Язык образов и манипуляция сознанием.
33. Бихевиоризм. Теория социального научения, агрессивного поведения и теория подражания.
34. Формирование общественного мнения. Общественное мнение и общественное сознание.
35. Основные понятия психоанализа, как направления психологии.
36. Способы влияния на коллективное сознание. Способы подачи информации.
37. СМИ и формирование «ограниченного мышления». Приемы формирования «ограниченного мышления».
38. Роль телевидения в интеллектуальной и физиологической деградации детей и подростков.
39. Сущность и основные понятия когнитивизма.
40. Мультфильмы как деструктивная технология социализации и формирования гендерных стереотипов.
41. Место телевидения в жизни общества.
42. Роль новостей в формировании психологического здоровья нации.
43. Психические процессы в рекламе. Ощущения.
44. Демонстрация агрессии на телевидении как источник насилия в обществе.
45. Психические процессы в рекламе. Эмоции. Мышление. Воображение.
46. Понятие «стереотип».
47. Психология восприятия рекламы. Общее понятие о процессе восприятия. Основные свойства восприятия.
48. Манипулятивные возможности стереотипов.
49. Психология восприятия рекламы. Структура восприятия.
50. Психологические аспекты функционирования моды и модного поведения
51. Психология творчества в коммуникационном процессе
52. Творческие способности и творческое мышление
53. Методы активизации творческого мышления
54. Психология творчества журналиста
55. Психология творчества в ПР-деятельности
56. Креативная психология в рекламном деле
57. Знаки, символы и эмблемы в коммуникационных процессах: место, роль, функции
58. Психологические особенности политической символики и эмблематики
59. Психологические особенности социокультурных символов и эмблем
60. Психологические особенности коммерческой символики и эмблематики
61. Символика и эмблематика в корпоративном имидже
62. Основные подходы, направления и методология в исследованиях массовой коммуникации
63. Психологические и социально-психологические аспекты изучения массовой коммуникации
64. Коммуникатор: психологические аспекты изучения
65. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Проективные методы в изучении аудитории
66. Метод фокус-групп, его особенности, достоинства и недостатки
67. Контент-анализ в изучении массовой коммуникации
68. Анкетирование, интервью и тестирование в психологических исследованиях массовой коммуникации

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

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.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – Москва : Юрайт, 2025. – 443 с. – ISBN 978-5-

534-13985-3. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560040>.

2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – Москва : Юрайт, 2025. – 264 с. – ISBN 978-5-534-12406-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/569444>.

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. – Москва : Юрайт, 2025. – 259 с. – ISBN 978-5-534-12786-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/566866>.

4. Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения : учебное пособие для вузов / А. П. Назаретян. – 3-е изд., доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 158 с. – ISBN 978-5-534-14310-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/567333>.

5. Собольников, В. В. Невербальные средства коммуникации : учебное пособие для вузов / В. В. Собольников. — 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 164 с. – ISBN 978-5-534-05922-9. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/493415>.

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>

2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

Перечень договоров ЭБС		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2025	ЭБС «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО «ЭБС ЛАНЬ»	С 01.01.25 по 31.12.25
	Контракт № 1212/2024/2 от 25 декабря 2024 г.	
	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	С 01.01.25 по 31.12.25
	https://biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Контракт № 1212/2024/1 от 25 декабря 2024 г.	С 20.01.25 по 19.01.26
	ОП «Юрайт» https://urait.ru/ ООО «Электронное издательство Юрайт» Лиц.договор № 1212/2024/3 от 25 декабря 2024 г.	С 01.01.25 по 31.12.25
	ЭБС «BOOK.ru» https://book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 580-ЕП/223-ФЗ/2024 от 25 декабря 2024 г.	С 01.01.25 по 31.12.25
	ЭБС «ZNANIUM» https://znanium.ru ООО «ЗНАНИУМ» Контракт № 1212/2024 от 25 декабря 2024 г.	

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1. Антиплагиат-ВУЗ. Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версии 3.3. (интернет-версия). – Договор №19/АЭФ/44/ФЗ/2023

2. КонсультантПлюс – Справочная Правовая Система (КонсультантПлюс). Артикул правообладателя КонсультантПлюс – Договор №ГК/479/ЕП/223/ФЗ/2023

3. ГАРАНТ – Справочная Правовая Система (ГАРАНТ). «Компания АПИ «ГАРАНТ»» Артикул правообладателя ГАРАНТ – Договор №4920/НК/14

4. Р7-Офис – Desktopные редакторы текстовых документов, таблиц и презентаций. Лицензии на офисное программное обеспечение для рабочих мест с целью

обеспечения образовательного процесса Р7-Офис. Профессиональный (Десктоп + Сервер оптимальный) – Договор №30-АЭФ/44-ФЗ/2022

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
3. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
4. «Лекториум ТВ» <http://www.lektorium.tv/>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки).
2. ГАРАНТ – Справочная Правовая Система (ГАРАНТ).

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>;
4. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина «Образование на русском» <https://pushkininstitute.ru/>;
5. Справочно-информационный портал «Русский язык» <http://gramota.ru/>;
6. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
7. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
8. Образовательный портал «Учеба» <http://www.ucheba.com/>
9. Законопроект «Об образовании в Российской Федерации». Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety.
10. Сайт Комиссии Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.tsouz.ru>
11. Официальный сайт Президента РФ. www.kremlin.ru
12. Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации Режим доступа: www.council.gov.ru
13. Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ. – Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru>
14. Сайт Президента РФ. Режим доступа: <http://www.president.kremlin.ru>
15. Сайт Правительства РФ. Режим доступа: www.government.ru.
16. Сайт Конституционного Суда РФ. Режим доступа: <http://ksrf.ru>
17. Сайт Верховного Суда РФ. Режим доступа: <http://www.supcourt.ru>
18. Сайт Генеральной Прокуратуры РФ. Режим доступа: <http://genproc.gov.ru>
19. Сайт Совета Безопасности РФ. – Режим доступа: <http://www.scrf.gov.ru/index.shtml>
20. Сайт Министерства юстиции РФ. Режим доступа: <http://www.mibjust.ru>
21. Сайт Министерства иностранных дел РФ. Режим доступа: www.mid.ru
22. Официальный сайт юридического факультета Кубанского государственного университета. Режим доступа: www.law.kubsu.ru
23. Интернет-ресурс Судебные и нормативные акты РФ (СудАкт). Режим доступа: <https://sudact.ru>

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения. <http://moodle.kubsu.ru>

2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций. <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий. <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ. <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала «ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ». <http://icdau.kubsu.ru/>.

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

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

Методические указания по занятиям лекционного типа

В ходе занятия лекционного типа студентам рекомендуется конспектировать ее основные положения, не стоит пытаться дословно записать всю лекцию, поскольку скорость лекции не рассчитана на аутентичное воспроизведение выступления лектора в конспекте. Тем не менее, она является достаточной для того, чтобы студент смог не только усвоить, но и зафиксировать на бумаге сущность затронутых лектором проблем, выводы, а также узловые моменты, на которые обращается особое внимание в ходе лекции. Основным средством работы на лекционном занятии является конспектирование. Конспектирование – процесс мысленной переработки и письменной фиксации информации, в виде краткого изложения основного содержания, смысла какого-либо текста. Результат конспектирования – запись, позволяющая студенту немедленно или через некоторый срок с нужной полнотой восстановить полученную информацию. Конспект в переводе с латыни означает «обзор». По существу, его и составлять надо как обзор, содержащий основные мысли текста без подробностей и второстепенных деталей.

Конспект носит индивидуализированный характер: он рассчитан на самого автора и поэтому может оказаться малопонятным для других. Для того чтобы осуществлять этот вид работы, в каждом конкретном случае необходимо грамотно решить следующие задачи:

1. Сориентироваться в общей концепции лекции (уметь определить вступление, основную часть, заключение).
2. Увидеть логико-смысловую канву сообщения, понять систему изложения информации в целом, а также ход развития каждой отдельной мысли.
3. Выявить «ключевые» мысли, т.е. основные смысловые вехи, на которые «нанизано» все содержание текста.
4. Определить детализирующую информацию.
5. Лаконично сформулировать основную информацию, не перенося на письмо все целиком и дословно.

Определения, которые дает лектор, стоит по возможности записать дословно и выделить другим цветом или же подчеркнуть. В случае изложения лектором хода научной дискуссии желательно кратко законспектировать существо вопроса, основные позиции и фамилии ученых, их отстаивающих. Если в обоснование своих выводов лектор приводит ссылки на справочники, статистические данные, нормативные акты и другие официально опубликованные сведения, имеет смысл лишь кратко отразить их существо и указать источник, в котором можно полностью почерпнуть излагаемую информацию.

Во время лекции студенту рекомендуется иметь на столах помимо конспектов также программу курса, которая будет способствовать развитию мнемонической памяти,

возникновению ассоциаций между выступлением лектора и программными вопросами.

В случае возникновения у студента по ходу лекции вопросов, их следует записать и задать в конце лекции в специально отведенное для этого время.

По окончании лекции (в тот же или на следующий день, пока еще в памяти сохранилась информация) студентам рекомендуется доработать свои конспекты, привести их в порядок, дополнить сведениями с учетом дополнительно изученного нормативного, справочного и научного материала. Крайне желательно на полях конспекта отмечать не только изученные точки зрения ученых по рассматриваемой проблеме, но и выражать согласие или несогласие самого студента с законспектированными положениями.

Лекционное занятие предназначено для изложения особенно важных, проблемных, актуальных в современной науке вопросов. Лекция, также как и семинарское, практическое занятие, требует от студентов определенной подготовки. Студент обязательно должен знать тему предстоящего лекционного занятия и обеспечить себе необходимый уровень активного участия: подобрать и ознакомиться, а при необходимости иметь с собой рекомендуемый преподавателем нормативный материал, повторить ранее пройденные темы по вопросам, которые будут затрагиваться в предстоящей лекции, вспомнить материал иных дисциплин.

Применение отдельных образовательных технологий требует специальной подготовки не только от преподавателя, но и участвующих в занятиях студентов. Так, при проведении лекции-дискуссии, которая предполагает разделение присутствующих студентов на группы, студент должен быть способен высказать свою позицию относительно выдвинутых преподавателем точек зрения.

Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа (практическим занятиям)

Занятия семинарского типа (практические занятия) представляют собой одну из важных форм самостоятельной работы студентов над нормативными актами, научной и учебной литературой непосредственно в учебной аудитории под руководством преподавателя.

В зависимости от изучаемой темы и ее специфики преподаватель выбирает или сочетает следующие формы проведения занятий семинарского типа (практических занятий): обсуждение теоретических вопросов, подготовка рефератов, научные дискуссии, собеседования и т.п. Проверка усвоения отдельных (ключевых) тем может осуществляться посредством проведения коллоквиума.

Подготовка к занятию семинарского типа (практическому занятию) заключается в подробном изучении конспекта лекции, нормативных актов, учебной и научной литературы, основные положения которых студенту рекомендуется конспектировать.

Активное участие в работе на занятиях семинарского типа (практических занятиях) предполагает выступления на них, дополнение ответов однокурсников, коллективное обсуждение спорных вопросов и проблем, что способствует формированию у студентов навыков формулирования, аргументации и отстаивания выработанного решения, умения его защитить в дискуссии и представить дополнительные аргументы в его пользу. Активная работа на занятии способствует также формированию у студентов навыков публичного выступления, умения ясно, последовательно, логично и аргументировано излагать свои мысли.

При выступлении на занятиях семинарского типа (практических занятиях) студентам разрешается пользоваться конспектами для цитирования нормативных актов или позиций ученых. По окончании ответа другие студенты могут дополнить выступление товарища, отметить его спорные или недостаточно аргументированные стороны, проанализировать позиции ученых, о которых не сказал предыдущий выступающий.

В конце занятия после подведения его итогов преподавателем студентам рекомендуется внести изменения в свои конспекты, отметить информацию, прозвучавшую в выступлениях других студентов, дополнения, сделанные преподавателем и не

отраженные в конспекте.

Занятия семинарского типа (практические занятия) требуют предварительной теоретической подготовки по соответствующей теме: изучения учебной и дополнительной литературы, ознакомления с нормативным материалом. Рекомендуется при этом вначале изучить вопросы темы по учебной литературе. Если по теме прочитана лекция, то непременно надо использовать материал лекции, так как учебники часто устаревают уже в момент выхода в свет.

Применение отдельных образовательных технологий требуют предварительного ознакомления студентов с содержанием применяемых на занятиях приемов. Так, при занятиях семинарского типа студент должен представлять как его общую структуру, так и особенности отдельных методических приемов: дискуссии, контрольные работы, использование правовых документов и др.

Методические рекомендации по подготовке рефератов, сообщений

Первичные навыки научно-исследовательской работы должны приобретаться студентами при написании рефератов по специальной тематике.

Цель: научить студентов связывать теорию с практикой, пользоваться литературой, статистическими данными, привить умение популярно излагать сложные вопросы.

Рефераты составляются в соответствии с указанными темами. Выполнение рефератов предусмотрено на листах формата А 4. Они сдаются на проверку преподавателю в соответствии с указанным графиком.

Требования к работе. Реферативная работа должна выявить углубленные знания студентов по той или иной теме дисциплины. В работе должно проявиться умение работать с литературой. Студент обязан изучить и использовать в своей работе не менее 2–3 книг и 1–2 периодических источника литературы.

Оформление реферата:

1. Реферат должен иметь следующую структуру: а) план; б) изложение основного содержания темы; в) список использованной литературы.

2. Общий объём – 5–7 с. основного текста.

3. Перед написанием должен быть составлен план работы, который обычно включает 2–3 вопроса. План не следует излишне детализировать, в нём перечисляются основные, центральные вопросы темы.

4. В процессе написания работы студент имеет право обратиться за консультацией к преподавателю кафедры.

5. В основной части работы большое внимание следует уделить глубокому теоретическому освещению основных вопросов темы, правильно увязать теоретические положения с практикой, конкретным фактическим и цифровым материалом.

6. В реферате обязательно отражается использованная литература, которая является завершающей частью работы.

7. Особое внимание следует уделить оформлению. На титульном листе необходимо указать название вуза, название кафедры, тему, группу, свою фамилию и инициалы, фамилию научного руководителя. На следующем листе приводится план работы.

8. При защите реферата выставляется дифференцированная оценка.

9. Реферат, не соответствующий требованиям, предъявляемым к данному виду работы, возвращается на доработку.

Качество реферата оценивается по тому, насколько полно раскрыто содержание темы, использованы первоисточники, логичное и последовательное изложение. Оценивается и правильность подбора основной и дополнительной литературы (ссылки по правилам: фамилии и инициалы авторов, название книги, место издания, издательство, год издания, страница).

Реферат должен отражать точку зрения автора на данную проблему.

Подготовка сообщения представляет собой разработку и представление небольшого по объёму устного сообщения для озвучивания на занятии семинарского типа. Сообщаемая

информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Возможно письменное оформление задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Регламент времени на озвучивание сообщения – до 5 мин.

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

Методические рекомендации по 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.

- 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:

- 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.

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. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (Ауд. 205, 209, 302, 309, 401, 402)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Ауд. 202, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 404, 405, 406, 407, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ (Ауд. 301, 307, 308, 400, 406, 407, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер (ноутбук)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы	

	Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 301, 307, 310, 410, 412)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Office 2019, Photoshop, InDesign, Антивирус Касперский