



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»
Кафедра рекламы

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета сервиса и рекламы

В.К. Карнаухова

«19» июня 2019 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля): **Б1.О. 28 Психология массовых коммуникаций**
(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля)).

Направление подготовки: 42.03.01. Реклама и связи с общественностью
(код, наименование направления подготовки)

Тип образовательной программы: бакалавриат
(академический бакалавриат, прикладной бакалавриат)

Направленность (профиль) подготовки: **Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, Анимация и мультимедиа в рекламе и связях с общественностью**
(наименование профиля)

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения: заочная
(очная, заочная, очно-заочная)

Согласовано с УМК факультета
бизнес-коммуникаций и информатики

Протокол № 6 от «19» июня 2019 г.

Председатель  В.К.
Карнаухова

Рекомендовано кафедрой рекламы :

Протокол № 12 от «14» июня 2019 г.

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

Иркутск 2019 г..

СОДЕРЖАНИЕ

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	5
4.3 Содержание учебного материала	6
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	6
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	17
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	17
а) основная литература	17
б) дополнительная литература	17
в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	18
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	18
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	18
6.2. Программное обеспечение:	19
6.3. Технические и электронные средства:	21
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	21
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	22
Оценочные средства для входного контроля	22
Демонстрационный вариант контрольной работы №1	24
Вопросы для собеседования №1	24
Демонстрационный вариант теста:	24
Примерный перечень вопросов к экзамену:	25

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины:

- обеспечение понимания студентами теоретических и эмпирических основ психологии массовых коммуникаций,
- знакомство с формами массовых коммуникаций, понимание их специфики,
 - знание психологических механизмов массовых коммуникации, методов формирования потребительской мотивации,
 - формирование умения осуществлять психологическую экспертизу рекламных продуктов.

Задачи дисциплины:

Студент должен:

- аналитически сопоставлять разные подходы к пониманию психологических механизмов массовых коммуникаций;
- понимать и применять основные методологические принципы исследований массовых коммуникаций;
- понимать психологических закономерностей создания и функционирования рекламы,
- знать основные психологические понятия, связанные с рекламной деятельностью,
- понимать роль психических процессов в восприятии и оценке рекламы,
- владеть навыками определения психологической эффективности рекламных продуктов,
- уметь определять, оценивать и использовать приемы психологического воздействия на потребителя.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части структуры ООП. Изучение данной дисциплины опирается на знания, полученные в ходе освоения таких дисциплин как «Психология», «Философия».

В результате изучения данных дисциплин студент должен:

Знать:

- роль и содержание психических процессов, участвующих в переработке информации;
- структуру и механизмы развития культуры;
- значение коммуникации в жизни общества.

Уметь:

- логично и грамотно выражать свои мысли, составлять письменные тексты, используя выразительные средства языка;
- анализировать и сопоставлять научные теории о роли информации в обществе.

Владеть:

- приемами работы с научной литературой, моделирования связного текста.

В свою очередь, изучение дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является необходимой основой для овладения знаниями по таким дисциплинам как Основы теории коммуникации, Социология массовых коммуникаций, Семантика и семиотика рекламы и связей с общественностью, Специфика региональной рекламы и PR, Философия рекламы и связей с общественностью, Имиджелогия, Психология рекламной деятельности

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной
	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов

Форма промежуточной аттестации: ЗаО.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации			
1.	Раздел 1. Содержание массовых коммуникаций и их моделирование	7	9	18		27	Тест, ЗаО	
2	Раздел 2. Анализ форм массовых коммуникаций, критерии их оценки	7	9	18		27	Тест, ЗаО	
Итого часов			18	36		54		

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
7	Тема № 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций	<p>Для овладения знаниями: чтение текста учебного пособия, дополнительной литературы; составление схем и таблиц по тексту, конспектирование текста; выписки из текста; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции; составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; ответы на контрольные вопросы; подготовка сообщений к выступлению на семинаре;</p> <p>Для формирования умений: решение ситуационных задач; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.</p>	февраль	8	опрос	
7	Тема № 2. Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникациях		февраль	8	тест	
7	Тема № 3. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью		март	8	опрос	
7	Тема № 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности		апрель	6	тест	
7	Тема № 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов		май	8	тест	
7	Тема № 6. Психологическая экспертиза коммуникационных сообщений		май	7	тест	
		Подготовка к ЗаО	июнь	9		
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				54		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				54		

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				54		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	4
Наименование основных разделов (модулей)	Раздел 1. Содержание массовых коммуникаций и их моделирование. Раздел 2. Анализ форм массовых коммуникаций, критерии их оценки.
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия
Форма промежуточной аттестации	ЗаО

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Тема № 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций	1.Общетеоретические проблемы и история психологии массовых коммуникаций. Генезис, психологические цели и функции массовых коммуникаций. Понимание массовых коммуникаций в контексте экономики, психологии и культуры. Психологический смысл рекламы. 2.Интерпретация массовых коммуникаций в контекст разных научных парадигм. Понятие научной парадигмы. Полипарадигмальность в психологии. 3. Психоанализ и его значение для понимания массовых коммуникаций. Роль бессознательного в процессах обработки информации информации. 4. Представления К.Г. Юнга об архетипах как развитие психоаналитической теории. Роль архетипов в массовой коммуникации. Теория А.Адлера и ее роль для понимания особенностей рекламных коммуникаций.	6	Дискуссия, устные выступления на занятии.	ОПК-7.2
2	Тема № 2	2.1.Мотивация. Сущность понятий	6	Составление	ОПК-7.2

	<p>Психические процессы и способы их активизации и в массовых коммуникациях</p>	<p>«мотивы» и мотивация. Детерминанты формирования мотивов. Роль мотивации в формировании потребительского отношения к рекламному продукту. Мотивация как основа всех форм эффективности рекламы. Способы рекламной активизации потребительской мотивации.</p> <p>2.2. Эмоции и аффекты Сущность понятий «эмоции» и «аффекты», их функции. Классификации эмоций. Отношения к роли эмоционального восприятия рекламной информации как фактору ее эффективности. Зависимость вектора направленности эмоций от формальных и содержательных характеристик рекламных сообщений. Способы диагностики эмоциональной эффективности рекламы.</p> <p>2.3. Ощущения, восприятие. Память. Ощущение как элементарный психический процесс. Восприятие как целостное психическое отражение объекта. Место ощущений и восприятий в структуре психологической обработки рекламной информации. Способы активизации ощущений и восприятий рекламных сообщений. Мнемотехнические приемы оценки эффективности сообщений в СМИ. Средства активизации запоминания рекламной информации.</p> <p>2.4. Внимание, мышление и воображение. Научные представления о внимании. Факторы, обуславливающие внимание потребителя к рекламе. Виды мышления. Роль мышления в процессе обработки рекламной информации. Функции воображения. Воображение и фантазирование, их роль в процессах создания сообщений, транслируемых средствами массовой коммуникации.</p>		<p>портфолио. Устный ответ на семинарском занятии.</p>	
3	<p>Тема № 3. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций и коммуникаций в области общественной</p>	<p>1.Содержание понятий «внушение», «воздействие», «манипуляция», «суггестия», «измененное состояние сознания». Формы внушения. Психологическая этика и использование суггестивных техник в массовых коммуникациях. Классический гипноз. Эриксоновский гипноз, его приемы и возможность их применения в рекламных коммуникациях.</p> <p>3.2. Психологическая и социальная функции подражания. Условия актуализации подражания, возрастные и культурные особенности. Возможность использования феномена подражания в рекламной коммуникации. «Заражение» как способ манипуляции</p>	5	<p>Устный ответ на семинарском занятии.</p>	ОПК-7.1

		<p>массовым сознанием. Признаки заражения. Формы рекламных взаимодействий с эффектом «заражения».</p> <p>3.3. Убеждение как рациональная форма воздействия на потребителя. Требования к использованию убеждения. Психологические функции стереотипа. Типы стереотипов и возможности их использования в рекламных коммуникациях.</p> <p>3.4. Психологическая сущность понятия «идентификация», его значение в жизни человека, формы проявления. Способы управления процессами идентификации. Идентификация в рекламе как неизбежный процесс, возможности его направленного моделирования. «Технология 25 кадра» как пример некритического переноса неverified представлений в практическую деятельность.</p>			
4	Тема № 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности	<p>4.1. Кросс-культурные исследования и их значение для моделирования и оценки эффективности массовых коммуникаций. Культурные стереотипы и методы их выявления. Структура культуры и роль структурных компонентов в жизни человека и общества, в массовых коммуникациях.</p> <p>4.2. Этические проблемы психологического воздействия в средствах массовой информации. Психологическая роль культурных ограничений и табу. Нарушение рекламой этических норм как фактор психологической дестабилизации.</p>	4	Эссе	ОПК-7.2
5	Тема № 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организационных коммуникативных процессов	<p>5.1. Представление о психологической безопасности. Факторы, нарушающие психологическую безопасность человека. Способы защиты от психологической опасности.</p> <p>5.2. Законы, обеспечивающие психологическую безопасность. Законодательные акты, регламентирующие рекламную деятельность, их психологический анализ.</p>	8	Подготовка сообщения «Методы манипуляции в рекламе». Дискуссия.	ОПК-7.1 ОПК-7.2
6	Тема № 6. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	<p>6.1. Понятие, цель, средства психологической экспертизы. Подходы к пониманию и оценке эффективности рекламы. Методы экспертной оценки рекламных сообщений. Критерии оценки эффективности рекламы.</p> <p>6.2. Диагностические алгоритмы оценки эффективности рекламы. Валидность используемых диагностических</p>	7	Диагностический практикум	ОПК-7.1 ОПК-7.2

		<p>методик. Семантический дифференциал как метод исследования особенностей восприятия сообщений в средствах массовой информации.</p> <p>6.3. Психотехнический анализ рекламы: цель, исследовательский дизайн. Метод свободных ассоциаций. Значение и алгоритмы выявления индекса нейтральности восприятия и индекса полярности эмоций. Метод нарративного анализа и способ интерпретации полученных данных. Понятие экспертного заключения.</p>			
--	--	---	--	--	--

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Тема №1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций	1. Составить таблицу «Архетипы в МК» 2. Подготовить сообщение: Методологические особенности психологии массовых коммуникаций	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2
2	Тема № 2 Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникациях	Подготовить презентацию «Психические процессы в МК и способы их активизации»	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2
3	Тема № 3. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью	1. Подготовка сообщения «Методы манипуляции в рекламе» (с примерами) 2. Подготовка к контрольной работе	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2
4	Тема № 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности	Написание эссе «Могут ли МК активизировать процессы инкультурации»	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2
5	Тема № 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	Составить таблицу «Источники психологической опасности»	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2
6	Тема № 6. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	Подобрать рекламу и провести психологическую экспертизу	ОПК -7	ОПК -7.1 ОПК -7.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах;

на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентом тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к зачету (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы **Написание реферата** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть, раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнуто субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести

аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочитать работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика

ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный

материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 27 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания: 1) определение области знаний; 2) выбор типа и источников данных; 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели; 4) отбор наиболее полезной информации; 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.); 6) выбор алгоритма поиска закономерностей; 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации; 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Использование инфографики Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы спомощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. 30

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий. Выполнение задания: 1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал. 2. Этап конструирования: — выбор программы MS Power Point в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титовый слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.). 3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы. В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. **Антонова, Наталья Викторовна.** Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Антонова Н.В. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 373 с. - (Бакалавр. Академический курс). - **Режим доступа:** <http://www.biblio-online.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE>. - Режим доступа: "ЭБС Юрайт". - 10. - ISBN 978-5-9916-4455-6 :
2. **Виноградова, Светлана Михайловна.** Психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. для бакалавров и студ. вузов, обуч. по гуманит. напр. и спец. / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник ; С.-Петербург. гос. ун-т. - М. : Юрайт, 2014. - 512 с. ; 21 см. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 511-512. - ISBN 978-5-9916-3340-6 : всего 11
3. **Антонова, Наталья Викторовна.** Психология массовых коммуникаций [Текст] : учеб. и практикум для академ. бакалавриата : учеб. для студ. вузов по гуманит. напр. и спец. / Н. В. Антонова ; Высш. шк. экономики, Нац. исслед. ун-т. - М. : Юрайт, 2014. - 373 с. ; 21 см. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр.: с. 370-373. - ISBN 978-5-9916-3668-1 : сирфак (5)
4. **Артемьева, Ольга Аркадьевна.** Психология рекламной коммуникации [Электронный ресурс] / О. А. Артемьева. - ЭБК. - Иркутск : ИГУ, 2009. - **Режим доступа:** . - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9624-0386-1

б) дополнительная литература

1. **Романов, Андрей Александрович.** Массовые коммуникации [Текст] : учеб. пособие для вузов по спец. 032401 Реклама, 080111 Маркетинг / А. А. Романов, Г. А. Васильев. - М. : Вузовский учебник ; [Б. м.] : Инфра-М, 2011. - 235 с. ; 21 см. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 232-233. - ISBN 978-5-9558-0167-4 : сирфак (10),
2. **«Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты», всерос. студ. науч.-практ. конф. (1 ; 2012 ; Иркутск).**
Материалы 1 Всероссийской (15 ежегодной) студенческой научно-практической конференции "Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты", 10 апр. 2012 г. [Текст] : научное издание / Иркутский гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы ; ред.: И. М. Кыштымова, А. В. Рохин, М. В. Кузнецова. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2012. - 318 с. : ил. ; 20 см. - Библиогр. в конце ст. всего 2
3. **«Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты», студ. науч.-практ. конф. (2(17) ; 2014 ; Иркутск).**
Материалы международной студенческой научно-практической конференции "Коммуникационные технологии: социально-экономические и информационные аспекты", 15 апр. 2014 г., г. Иркутск [Текст] / Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы; ред. И. М. Кыштымова. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2014 - . - 20 см.
[Т. 1]. - 2014. - всего 2
4. **Лебедев-Любимов, Александр Николаевич.** Психология рекламы [Текст] : научное издание / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2006. - 384 с. : ил. ; 24 см. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 374-384. - ISBN 5-469-01094-5 : всего 8
5. **Лебедев-Любимов, Александр Николаевич.** Психология рекламы [Текст] : научное издание / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2007. - 384 с. : ил. ; 24 см. - (Мастера психологии). - Библиогр.: с. 374-384. - ISBN 5-469-01094-5 : сирфак (19)
6. **Массовые коммуникации: критерии и методы оценки эффективности** [Текст] : научное издание / Иркутский гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы ; ред.: И. М. Кыштымова, А. В. Рохин. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2014. - 215 с. ; 20 см. - Библиогр. в конце ст. - ISBN 978-5-905157-09-7 : всего 2
7. **Чалдини, Р.**

Психология влияния [Электронный ресурс] : 5-е изд / Р. Чалдини. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 336 с. - **Режим доступа:** <http://ibooks.ru/reading.php?productid=21895> (<http://ibooks.ru/product.php?productid=21895>). - Режим доступа: ЭБС "Айбукс". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-496-01033-7 :

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

2. Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru>

3. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

- ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

- ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

- ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

- ЭБС «Айбукс.ru/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

- Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMD A10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для</p>	<p>OC Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>

	проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1	
Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 Dual Core 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	<p>OC Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221054045730177</p>

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: Отель, 8 1С:Оценка персонала, 8	30	Пер №8972331	2015	бессрочно
2.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия Multiple License RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	Business Studio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от	01.12.2009	бессрочно

			01.12.2009		
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft® WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html	Условия правообладателя	бессрочно
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html	Условия правообладателя	бессрочно
18.	Ubuntu Linux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии.

1.	Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
2.	Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
3.	Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.
4.	Систему инновационной оценки «портфолио»	Формирование персонифицированного учета достижений обучающегося как инструмента педагогической поддержки социального самоопределения, определения траектории индивидуального развития личности

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№ п/п	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1.	Тема №1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций	лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	2
2.	Тема № 2 Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникациях	лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	4
3.	Тема № 3. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью	лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	3
4.	Тема № 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности	лекция	Интерактивная (информационно-проблемная) лекция	2

5.	Тема № 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	лекция	Интерактивная (информационно- проблемная) лекция	4
6.	Тема № 6. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	лекция	Интерактивная (информационно- проблемная) лекция	3
7.	Тема №1. Теоретико- методологические проблемы психологии массовых коммуникаций	практика	Круглый стол, групповая дискуссия	4
8.	Тема № 2 Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникациях	практика	Групповая дискуссия, тренинг	6
9.	Тема № 3. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью	практика	Групповая дискуссия, мозговой штурм, тренинг	5
10.	Тема № 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности	практика	Круглый стол, групповая дискуссия, моделирование ситуаций	5
11.	Тема № 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	практика	Круглый стол, групповая дискуссия, анализ конкретных ситуаций	8
12.	Тема № 6. Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	практика	Групповая дискуссия, анализ конкретных ситуаций	8
Итого часов:				54

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства для входного контроля

Вопросы для устного обсуждения:

1. Что такое психология?
2. Что изучает психология массовых коммуникаций?
3. Чем отличается человек сам по себе и человек в массе?

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1.	Тестирование с использованием ЭОС «Форлабс»	Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе коммуникаций. Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью.	ОПК -7.1 ОПК -7.2
2.	Письменные контрольные и домашние работы по темам	Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе коммуникаций. Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью. Тема 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности. Тема 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов. Тема.6 Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	ОПК-7.1. ОПК-7.2.
3.	Анализ научной литературы по дисциплине. Подготовка докладов. Защита докладов. Подготовка вопросов по анализируемой теме исследования. Проведение тренинга влияния.	Тема 1. Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций Тема 2. Психические процессы и способы их активизации в процессе коммуникаций. Тема 3. Методы моделирования эффективных рекламных коммуникаций и коммуникаций в области связей с общественностью. Тема 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.	ОПК-7.1. ОПК-7.2.
4.	Творческие работы, эссе: Эссе: 1.«Массовые коммуникации в современном мире» 2.«Реклама как средство трансформации культурных установок», 3.«Роль рекламы в	. Тема 4. Культурная обусловленность коммуникативной эффективности. Тема 5. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов. Тема.6 Психологическая экспертиза рекламных сообщений.	ОПК-7.1. ОПК-7.2.

<p>культуре: созидание или разрушение?»), 4.«Могут ли массовые коммуникации активизировать процессы инкультурации?» Психологический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения их а)прагматичности; Б)психологической безопасности.</p>		
--	--	--

Демонстрационный вариант контрольной работы №1

1. Архетипы – сущность понятия, виды, значение для организации процессов массовых коммуникаций.
2. Психологическая безопасность в массовых коммуникациях: методы определения и регуляции.

Вопросы для собеседования №1

1. Какова роль рекламы в формировании культурных ценностей и установок?
2. Прагматическая функция массовой коммуникации и психологическая безопасность.

Демонстрационный вариант теста:

1. Психологические основы массовых коммуникаций:
 - а. социальная ситуация, социальная мода и социальная среда;
 - б. социальное сравнение, социальная оценка и социальная мода;
 - в. социальные стереотипы, социальная мода и социальные конфликты;
 - г. социальные стереотипы, социальное сравнение, социальная оценка.
2. Психология массовых коммуникаций – это отрасль
 - а. экономической психологии;
 - б. психологии творчества;
 - в. общей психологии;
 - г. социальной психологии;
3. Технология 25 кадра
 - а. Очень эффективна
 - б. Совсем неэффективна
 - в. Эффективность неясна
 - г. Эффективность мала
4. Законодательный акт, направленные на защиту детей от информации, причиняющей вред их физическому и психическому здоровью:
 - а. ФЗ № 425
 - б. ФЗ № 436
 - в. ФЗ № 364

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Психология массовых коммуникаций как прикладная отрасль социальной психологии.
2. Методологические принципы психологии массовых коммуникаций.
3. Научные парадигмы, значимые для психологии массовых коммуникаций.
4. Психоанализ и его вклад в теорию массовых коммуникаций.
5. Культурно-историческая психология и ее вклад в теорию массовых коммуникаций.
6. Архетипы и их роль в рекламе.
7. Потребительская мотивация и методы ее рекламной актуализации.
8. Потребности и мотивы. Их значение для моделирования коммуникационных процессов.
9. Значение эмоций в коммуникативных процессах и средства их активизации.
10. Значение художественной формы для восприятия коммуникационных сообщений.
11. Способы моделирования эмоционально эффективных рекламных сообщений.
12. Агрессивные и сексуальные мотивы в коммуникационных сообщениях
13. Ощущения и средства их активизации в коммуникационных процессах.
14. Значение цветовых образов в массовых коммуникациях.
15. Восприятие, его свойства и функции. Использование законов восприятия при моделировании коммуникационных сообщений.
16. Методы манипуляции в процессах коммуникации. Гипноз и внушение.
17. Методы манипуляции в процессах коммуникации. НЛП.
18. Методы манипуляции в рекламе. Стереотипизация и «25 кадр»
19. Методы манипуляции в коммуникационных процессах. Заражение и убеждение.
20. Память, ее структура, функции. Способы активизации памяти средствами рекламы.
21. Методы, способствующие улучшению подачи информации в массовых коммуникациях.
22. Основные приемы привлечения внимания в рекламе.
23. Психологическая безопасность в рекламе.
24. Креативность и ее роль в рекламе.
25. Психологическая безопасность рекламы.
26. Психотехнический анализ рекламных сообщений.

Разработчики:



(подпись)

ассистент

(занимаемая должность)

Е.С. Кыштымова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол №8 от «12» мая 2020 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.