



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

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

М.Г. Синчурина

«19» марта 2025 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)

Направленность (профиль) подготовки:

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий *))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «19» марта 2025 г.

Протокол № 7 от «18» марта 2025 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
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 СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
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)	14
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	14
а) основная литература	14
б) дополнительная литература	14
в) периодическая литература	15
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	15
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	16
6.2. Программное обеспечение	17
6.3. Технические и электронные средства	17
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	17
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	18
8.1. Оценочные средства текущего контроля	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	21

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели:

- Сформировать у обучающихся комплекс теоретических знаний и практических навыков в области психологии массовых коммуникаций;
- Знакомство с формами массовых коммуникаций, понимание их специфики;
- Формирование знаний о психологических механизмах массовых коммуникации, методах формирования потребительской мотивации;
- Формирование умения осуществлять психологическую экспертизу рекламных продуктов.

Задачи:

- В результате освоения учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций» обучающийся должен:;
 - знать: - основные основные психологические понятия и подходы к анализу массовой коммуникации; - механизмы, методы, эффекты и последствия воздействия массовых коммуникаций; -методы исследования массовых коммуникаций; - психологические закономерности создания и функционирования продукции массовых коммуникаций;
 - уметь: - определять, оценивать и использовать приемы психологического воздействия на потребителя; -проводить психологическую экспертизу продукции массовых коммуникаций и составлять экспертное заключение по результатам анализа;
 - владеть: -методами исследования и психологической экспертизы продукции массовых коммуникаций; - навыками определения психологической эффективности продукции массовых коммуникаций.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Психология массовых коммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина (модуль) «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части программы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- Технологии рекламной и пиар-деятельности;
- История рекламы и связей с общественностью;
- Социология;
- Основы теории коммуникации;
- Основы интегрированных коммуникаций.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью;
- Эффективность рекламы и связей с общественностью;
- Социология массмедиа;
- Организация рекламных и пиар-кампаний;
- Профессионально-творческая;
- Профессиональный практикум.

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 деятельности
	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 единицы, 108 часов, в том числе 36 часов на контроль, из них 36 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 32 часа контактной работы и 22 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, 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 (из них электронные часы)	Семинарские (практические) занятия (из них электронные часы)	Консультации		
	<i>Введение в психологию массовых коммуникаций</i>		8 (8)	17 (5)	0	11	

1	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.	6	3 (3)	6 (3)	0	4	
2	Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации	6	2 (2)	5 (2)	0	3	
3	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций	6	3 (3)	6 (0)	0	4	
Анализ форм массовых коммуникаций, критерии их оценки			8 (8)	17 (11)	0	11	
4	Культурная обусловленность медиакommunikаций	6	2 (2)	5 (3)	0	4	
5	Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	6	3 (3)	6 (4)	0	3	
6	Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций	6	3 (3)	6 (4)	0	4	
Итого за 6 семестр			16 (16)	34 (16)	0	22	Экз (36)
Итого часов			16 (16)	34 (16)	0	22	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		

6	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление таблиц для систематизации учебного материала, составление глоссария, подготовка доклада, подготовка эссе	в течении и курса	4 (4)	Тест, КЛ	bki.forlab s
6	Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление таблиц для систематизации учебного материала, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада	в течении и курса	3 (3)	Тест, КЛ	bki.forlab s
6	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы, подготовка эссе Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений	в течении и курса	4 (4)	Тест, Пз	bki.forlab s
6	Культурная обусловленность медиакommunikаций	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада, подготовка эссе Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений	в течении и курса	4 (4)	Тест, Эссе	bki.forlab s

6	Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада Для формирования умений: рефлексивный анализ профессиональных умений Подготовка к экзамену	в течении и курса	3 (3)	Тест, Д	bki.forlabs
6	Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста, составление схем и таблиц, использование аудио- и видео-записей, компьютерной техники и интернета Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, составление плана и тезисов ответа, составление глоссария, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы, рефлексивный анализ профессиональных умений Подготовка к экзамену	в течении и курса	4 (4)	Тест, Пз	bki.forlabs
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				22		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				22		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				22		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	Введение в психологию массовых коммуникаций Анализ форм массовых коммуникаций, критерии их оценки
Формы текущего контроля	Тест, конспект лекций, доклад/презентация, практическое задание, глоссарий по предмету, устный опрос, деловая игра, проект, эссе, контрольная работа
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

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. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Подготовка таблицы на тему "Сравнение межличностной, классической и массовой коммуникации". Анализ компонентов восприятия сообщений в массовых коммуникациях: когнитивный компонент, аффективный компонент, конатативный компонент.	6 (3)	Тест, Д, Пз	ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	2	Работа над рекламным макетом, используя приемы привлечения внимания. Подготовка докладов по темам: «Психические процессы в массовых коммуникациях», "Ощущение", "Восприятие", "Внимание", "Память", "Мышление", "Эмоции", "Воображение", "Психические процессы в условиях рекламных коммуникаций"	5 (2)	Тест, Пз, Д	ОПК-7.1, ОПК-7.2
3	3	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Защита проекта "Убеди меня". В поисках символики. Маскот для теста Медиакомпетентности: создание маскотов (персонажей), которые будут символизировать психологический тест на медиаграмотность.	6 (0)	Тест, УО, Деловая игра, Проект	ОПК-7.1, ОПК-7.2
4	4	Подбор и анализ медиаконтента: 1) нарушающего нормы культуры; 2) трансформирующего ценности культуры; 3) с нарушением ФЗ №436-ФЗ, № 38-ФЗ	5 (3)	Тест, Пз	ОПК-7.1, ОПК-7.2

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
5	5	Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.. Разработайте пост для социальных сетей, содержащий 5 правил информационно-психологической безопасности.	6 (4)	Тест, ПЗ	ОПК-7.1, ОПК-7.2
6	6	Подобрать рекламу и провести психологическую экспертизу по методикам: 1. Прониной Е.Е (Психологическая экспертиза рекламы). 2. Шкале измерения эмоциональных реакций на рекламу К.Левитта. 3.Шкале PDI (оценка убедительности рекламного сообщения). 4. Методике анализа рекламы А.Н. Лебедева.	6 (4)	Тест, КР	ОПК-7.1, ОПК-7.2

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций. Массовая коммуникация: определение, цели, задачи; Структура и функции массовых коммуникаций; Роль массовых коммуникаций в обществе.	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2
2	Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации	Конспект лекций	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
3	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций	Подготовка таблицы по механизмам и методам воздействия (например механизм убеждение - методы: аргументирование, сравнение, убедительные доводы, графики).	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2
4	Культурная обусловленность медиакommunikаций	Эссе "Культурная обусловленность текстов массовой коммуникации"	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2
5	Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов	На основе работы И. Канта сформулировать свой личный «категорический императив рекламиста» (моральный закон, принцип нравственности профессиональной деятельности)	ОПК-7	ОПК-7.1 ОПК-7.2
6	Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций	Подберите пакет диагностических методик и проведите психотехнический анализ выбранных рекламных текстов с точки зрения 1) их психологической безопасности, 2) прагматической эффективности. Интерпретируйте результаты диагностики, напишите экспертное заключение.	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 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 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

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 прочесть 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.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документ-

альной 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.

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 PowerPoint 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 (титольный 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.

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. Душкина, Майя Рашидовна. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / М. Р. Душкина. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 259 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-12786-7 : 709.00 р.

2. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 393 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-00765-7 : 1069.00 р.

3. Антонова, Наталья Викторовна. ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ [Электронный ресурс] : учебник и практикум / Антонова Н.В. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2016. - 373 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-4455-6 : 1390.00 р.

4. Ерофеева, Ирина Викторовна. Психология медиатекста [Текст] : учеб. и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2020. - 206 с. : ил., табл. ; 24 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 196-206. - ISBN 978-5-534-12958-8 : 571.32 р.

б) дополнительная литература

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации [Текст] : учеб. для бакалавров и студ. вузов, обуч. по гуманитар. напр. и спец. / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник ; С.-Петерб. гос. ун-т. - М. : Юрайт, 2014. - 512 с. ; 21 см. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр.: с. 511-512. - ISBN 978-5-9916-3340-6 : 478.50 р., 478.50 р.

2. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] : Учебник и практикум / Т. В. Евгеньева. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 258 с. - (Авторский учебник). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич.

доступ. - ISBN 978-5-534-08175-6 : 639.00 р.

3. Лебедева, Л. В. Психология рекламы [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Лебедева. - Электрон. текстовые дан. - Москва : ФЛИНТА, 2013. - 130 с. ; есть. - ЭБС "Рукопт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9765-1642-7 : Б. ц.

4. Чалдини, Р. Психология влияния [Электронный ресурс] : 5-е изд / Р. Чалдини. - Электрон. текстовые дан. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 336 с. - ЭБС "Айбукс". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-496-01033-7 : Б. ц.

5. 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 : 200.00 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Нет.

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

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

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

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

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
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMDA 10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран Screen Vtdia Ecot- 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». Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMD Athlon-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 Screen Vtdia Ecot- 3200*200MW 1:1	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177 BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)

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 DualCore 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.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	---

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	нет	0	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой 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, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
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 учения.

Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются

1	Тест	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.. Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Культурная обусловленность медиакommunikаций. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов. Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
2	Конспект лекций	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.. Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
3	Доклад/презентация	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.. Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов.	ОПК-7.1, ОПК-7.2

4	Практическое задание	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций.. Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Культурная обусловленность медиакommunikаций. Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в процессе организации коммуникативных процессов. Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
5	Глоссарий по предмету	Теоретико-методологические проблемы психологии массовых коммуникаций..	ОПК-7.1, ОПК-7.2
6	Устный опрос	Психические процессы и способы их активизации в медиаопосредствованной коммуникации. Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Культурная обусловленность медиакommunikаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
7	Деловая игра	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
8	Проект	Методы моделирования эффективных массовых коммуникаций. Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
9	Эссе	Культурная обусловленность медиакommunikаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2
10	Контрольная работа	Психологическая экспертиза продукции массовых коммуникаций.	ОПК-7.1, ОПК-7.2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что из ниже перечисленного НЕ является социально-психологической функцией массовой коммуникации

а. функция поддержания осведомленности массовой аудитории о происходящих в обществе событиях

б. функция социальной ориентировки и участия индивида в формировании общественного мнения

с. функция аффилиации, социальной идентификации

д. функция социального подчинения

2. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Что из ниже перечисленного НЕ является социально-психологической функцией массовой коммуникации

- a. функция социальной ориентировки и участия индивида в формировании общественного мнения
- b. функция поддержания осведомленности массовой аудитории о происходящих в обществе событиях
- c. функция социального подчинения
- d. функция аффилиации, социальной идентификации

3. Задание на соответствие. Соотнесите элементы двух списков.

Установите соответствие

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. аффективный компонент | 1. готовность к реальному поведению |
| 2. конатативный компонент | 2. как рекламное сообщение воспринимается, насколько хорошо запоминается ее содержание, насколько привлекает внимание; оригинальность |
| 3. когнитивный компонент | 3. как рекламное сообщение воспринимается, насколько хорошо запоминается ее содержание, насколько привлекает внимание; оригинальность |

4. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Пирамиде потребностей А.Маслоу соответствует

- a. витальные – в безопасности – в уважении – в любви – в самовыражении
- b. витальные – потребность в безопасности – в любви – в уважении – в самовыражении
- c. витальные – в любви – в безопасности – в уважении – в самовыражении

5. Задание на последовательность. Расположите в правильном порядке.

Воссоздайте алгоритм введения архетипа (последовательность - первый шаг, второй и т.д.)

- a. Определиться с темой (с идеей)
- b. Сформулировать чувства, настроение, ассоциации, которые нужно вызвать у аудитории
- c. Продумать композиционную канву изложения и насытить ее архетипическим рядом.
- d. Выбрать стилевую репрезентацию (рисунок, фото, видеоряд);
- e. Определить архетип адекватный теме и эмоциям

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену:

- 1. Основные понятия и характеристики массовой коммуникации
- 2. Научные парадигмы, значимые для психологии массовых коммуникаций
- 3. Психоанализ и его вклад в теорию массовых коммуникаций
- 4. Архетипы и их роль в рекламе.
- 5. Основные приемы привлечения внимания
- 6. Потребности и мотивы. И роль при принятии решения потребителем
- 7. Психические процессы и способы их активизации в массовых коммуникация
- 8. Значение эмоций в коммуникативных процессах

9. Значение цветовых образов в массовых коммуникациях
10. Методы манипуляции в процессах коммуникации. Внушение.
11. Методы манипуляции в рекламе. Стереотипизация. «25 кадр» (как пример некритического переноса неverifiedируемых представлений в практическую деятельность).
12. Массовая коммуникация как средство убеждения
13. Я - концепция и самопрезентация в процессе массовой коммуникации
14. Значение художественной формы для восприятия коммуникационных сообщений: игра с композицией, динамика текста, закон золотого сечения и т.д.
15. Агрессивные и сексуальные мотивы в коммуникационных сообщениях
16. Психологическая безопасность в рекламе. Методы ее диагностики.
17. Психотехнический анализ рекламных сообщений.
18. Методы психологической экспертизы продукции массовых коммуникаций и их характеристика

Примеры заданий к экзамену:

1. Глоссарий по предмету. Глоссарий по теме
Составить глоссарий по теме
2. Устный опрос. Подбор и анализ литературы по теме
Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. Москва, Санкт-Петербург, Киев: Вильямс, 2004. Главы 4—6, 8—9.

Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. Москва: Олма-Пресс, 2002. Глава 2.

Collier K. M. et al. Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior // Developmental Psychology. 2016. Vol. 52. P. 798—812.

3. Конспект лекций. Конспект лекций

Убеждение – это процесс изменения представлений, оценок и поведения реципиента с помощью вербальных и невербальных сообщений.

Характеристики коммуникатора:

Компетентность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора специальных знаний или навыков, связанных с темой сообщения.

Привлекательность коммуникатора – это воспринимаемое наличие у коммуникатора позитивных особенностей.

Искренность коммуникатора – это воспринимаемое нежелание коммуникатора обмануть реципиента или оказать на него воздействие.

Эффект "враждебности ведущего"

Эффект "ноги в дверях"

Эффект "Дверью в лицо"

4. Устный опрос. Культурная обусловленность медиакоммуникаций
 1. Найдите три примера рекламных кампаний (рекламы), которые, по вашему мнению, нарушают социальные табу или этические нормы.
 2. Опишите каждую рекламу, укажите компанию и продукт.
 3. Объясните, какие конкретно табу или этические нормы нарушены в этих примерах.
 4. Проанализируйте реакцию общественности и медиа на каждую рекламу. Как

именно это повлияло на репутацию компании и ее дальнейшую стратегию?

5. Предложите альтернативные подходы для этих рекламных кампаний, которые могли бы избежать нарушений и при этом достичь маркетинговых целей.

5. Устный опрос. Подбор и анализ литературы по теме

6. Конспект лекций. Конспект лекций по теме

Конспект лекций по теме "Психологическая безопасность и условия ее соблюдения в медиaprостранстве"

7. Проект. Проект

Проект: подготовка короткого рекламного ролика, посвященного теме безопасности в мире, опосредованном медиа.

Разработчики:



преподаватель

(занимаемая должность)

Е.С. Кыштымова

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол № 7 от «18» марта 2025 г.

зав. кафедры



В.Ю. Рабинович

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