

Негосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Московский социально-педагогический институт»
Факультет практической психологии

Утверждена
на заседании кафедры
социально-психологической безопасности личности
«31» августа 2023 г. протокол № 10

И.о.зав. кафедрой _____ / Морозов А.В./

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.04 «Психология массовых коммуникаций
и связи с общественностью»

Направление подготовки
37.03.01 Психология (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль)
Практическая психология

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва - 2023

1. Наименование дисциплины - «Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью»

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

Цель освоения дисциплины: формирование и развитие компетенций, позволяющих анализировать характер и содержание массовых коммуникаций и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать знания о специфике массового сознания и методах взаимодействия с ним с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.
2. Дать представление об использовании различных способов массовой коммуникации и связей с общественностью.
3. Научить студентов выбирать оптимальный метод связей с общественностью в соответствии с поставленными целями.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

ПК-2 способен выявлять специфику психологического здоровья человека с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-2 способен выявлять специфику психологического здоровья человека с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам	ПК 2.1 проводит и обобщает результаты психологического обследования ПК 2.2 оценивает совместно с другими специалистами психологические потребности, риски и ресурсы клиентов с учетом их клинических, социальных и индивидуально-психологических характеристик	знать: - основные концепции организации массовых коммуникаций за рубежом и в России; - основные тенденции развития мирового PR; - специфику использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью; - учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам;

		- анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию. владеть: - анализировать динамику процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - анализировать и синтезировать факты и теоретические положения в области массовых коммуникаций и связей с общественностью
--	--	---

3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы

«Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью» относится к вариативной части блока Б1 Блока Дисциплины (модули) изучается в 8-м семестре.

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью» призвана прорабатывать следующие аспекты профессионального обучения студентов-психологов: специфику анализа методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам. В структуре образовательных программ данный курс занимает важное место в подготовке выпускника, так как призван формировать в слушателе понятийный аппарат практического психолога, а также профессиональное владение специфическим методическим арсеналом. Овладение основами анализа специфики массовых коммуникаций и связи с общественностью позволит студентам в дальнейшем использовать свои знания при разработке и реализации программ психологических исследований. Выпускник, овладевший научной и практической составляющей анализа специфики массовых коммуникаций и связи с общественностью, сможет реализовать свои навыки при решении широкого спектра прикладных и практических задач. Изучение осуществляется в тесной взаимосвязи с другими учебными предметами, раскрывая и подчеркивая место дисциплины «Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью» в системе психологического знания и в структуре практической деятельности психолога. Компетенции, формируемые дисциплиной, находят отражение в практических дисциплинах: «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика».

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Объем дисциплины в зачетных единицах составляет – 2 з.ед.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем - 36,

в том числе на

Лекции - 10,

Лабораторные занятия - 0,

Практические занятия (семинары) - 8

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся – 50

Количество академических часов, выделенных на контроль – 4.

Форма контроля: зачет (8 семестр 4 курса).

5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

№	Разделы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу магистрантов, и трудоемкость в часах				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Контактная работа			Самостоятельная работа	
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия / семинары		
1	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	8	2		2	20	Доклад с презентацией. Контрольная работа (Контрольная точка № 1)
2	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	8	4		4	20	Доклад с презентацией Семинар (Контрольная точка № 2)
3	Стратегия и тактика паблик рилейшенз. Черный PR – составляющие и использование.	8	4		4	10	Доклад с презентацией Тестирование (Контрольная точка № 3)
	Зачет						
	ИТОГО 72		10		8	50	4 зачет

Содержание разделов дисциплины.

	Раздел	Темы лекций	Темы практических занятий
1	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	Специфика массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации. Слухи как неформальная массовая коммуникация.	Характеристика средств массовой коммуникации. История развития средств массовой коммуникации. Теория социального научения. Теория культивирования. Теория социализации. Теория

		Механизмы распространения слухов.	использования и удовлетворения Механизмы распространения слухов.
2	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	Влияние телевидения на массовое сознание. Моделирование социальной реальности на телеэкране. Модель рекламной коммуникации.	Роль телевидения в формировании картины мира. Телевидение как средство распространения аттитюдов и стереотипов. Мужские и женские образы на телеэкране. Воздействие телевидения на массовое сознание в зависимости от принадлежности зрителя к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.
3.	Стратегия и тактика публичных отношений. Черный PR – составляющие и использование.	Направления деятельности. Информационная составляющая деятельности. Составляющие черного пиара.	История развития PR-деятельности. Модели связи с общественностью. Структура PR-деятельности. PR и создание имиджа. Динамика процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Раздел 1. Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.

Тема 1. Специфика массовой коммуникации.

Вопросы для подготовки

1. История развития массовых коммуникаций.
2. Специфика неформальной массовой коммуникации.

Задания для самостоятельной работы

Подготовьте презентаций на одну из следующих тем:

1. Влияние массовых коммуникаций на формирование психики ребенка.
2. Анализ воздействия формальных массовых коммуникаций на взрослого человека.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 2. Теории массовой коммуникации.

Вопросы для подготовки

1. Анализ воздействия информационного поля на человека.
2. Предпосылки возникновения теорий социального научения, культивирования, социализации.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Современные информационные технологии.
2. Социальная функция массовых коммуникаций.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1

2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 3. Слухи как неформальная массовая коммуникация.

Вопросы для подготовки

1. Виды слухов.
2. Основания для классификации слухов.
3. Факторы, влияющие на возникновение и распространение слухов.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Формулы возникновения слухов.
2. Коммуникативная роль слухов.
3. Факторы, усиливающие распространение слухов.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1
3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1
2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1
3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 4. Механизмы распространения слухов.

Вопросы для подготовки

1. Причины возникновения слухов.
2. Механизм распространения слухов в условиях неопределенности.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Сглаживание, заострение и уподобление как механизмы распространения слухов.
2. Способы нейтрализации слухов.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный

ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1 **Дополнительная литература**

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа:

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Раздел 2. Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.

Тема 5. Влияние телевидения на массовое сознание.

Вопросы для подготовки

1. Роль телевидения в формировании мировоззрения.
2. Телевидение как средство распространения социальных установок.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Мужские и женские нормативные образы в СМИ.
2. Феномен фейсизма.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1

2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1 **Дополнительная литература**

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 6. Моделирование социальной реальности на телеэкране.

Вопросы для подготовки

1. Влияние элементов насилия и жестокости на поведение.
2. Феномен растормаживания.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Эффекты сенсibilизации и десенсibilизации.
2. Персонализация как способ воздействия на массовое сознание.
3. Воздействие телевидения на массовое сознание в зависимости от принадлежности от гендерной принадлежности зрителя.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1
3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1
2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1
3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 7. Модель рекламной коммуникации.

Вопросы для подготовки

1. Виды рекламы.
2. Модель рекламной коммуникации.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Использование символов в отечественной рекламе.
2. Реклама на телевидении, в прессе, в интернете.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1*Дополнительная*

литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Раздел 3. Стратегия и тактика паблик рилейшенз. Черный PR – составляющие и использование.

Тема 8. Направления ПР-деятельности.

Вопросы для подготовки

1. Модели паблисити, общественной информации.
2. Модели двусторонней асимметрии, двусторонней симметрии.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Роль ценностей и потребностей целевой аудитории при разработке воздействия на массовое сознание.
2. ПР и создание имиджа организации.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1

2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1*Дополнительная*

литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 9. Информационная составляющая ПР-деятельности.

Вопросы для подготовки

1. Этапы и приемы управления информацией.
2. Использование интернет-технологий в ПР-деятельности.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Формы подачи информации.
2. Планирование и проведение пресс-конференции.
3. Характеристика и особенности проведения конференции, презентации, пресс-тура.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1
3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1
2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1
3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Тема 10. Составляющие черного пиара.

Вопросы для подготовки

1. Структура черного пиара.
2. Динамика процессов массового сознания с учетом принадлежности к социальным группам.

Задания для самостоятельной работы

Подготовка презентаций на одну из следующих тем:

1. Сублиминальное воздействие и черная пропаганда как составляющие черного пиара.
2. Распознавание и нейтрализация черного пиара.

Обязательная литература:

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1
2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1

3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1

2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=223219&sr=1

3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Создание *презентаций* - это вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий. Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде. То есть создание материалов-презентаций расширяет методы и средства обработки и представления учебной информации, формирует у студентов навыки работы на компьютере. Презентации готовятся студентом в виде слайдов. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций. Серией слайдов он передаёт содержание темы своего исследования, её главную проблему и социальную значимость. Слайды позволяют значительно структурировать содержание материала и, одновременно, заостряют внимание на логике его изложения. Происходит постановка проблемы, определяются цели и задачи, формулируются вероятные подходы её разрешения. Слайды презентации должны содержать логические схемы реферируемого материала. Студент при выполнении работы может использовать картографический материал, диаграммы, графики, звуковое сопровождение, фотографии, рисунки и другое. Каждый слайд должен быть аннотирован, то есть он должен сопровождаться краткими пояснениями того, что он иллюстрирует. Во время презентации студент имеет возможность делать комментарии, устно дополнять материал слайдов. После проведения демонстрации слайдов студент должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы. Роль студента: изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное; установить логическую связь между элементами темы; представить характеристику элементов в краткой форме; выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы; оформить работу и предоставить к установленному сроку.

Тема презентации выбирается обучающимися из предложенных преподавателем.

7.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-2	Общая психология, Психология личности, Психология развития и возрастная психология, Социальная психология, Основы нейропсихологии, Основы консультативной психологии	Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью , Основы психогенетики, Организационная психология, Базовые теории психотерапии, Кризисное консультирование, Гендерная социализация, Этнопсихология, Психологическая коррекция детей с ограниченными возможностями здоровья, Психология семьи, Программа ЮНЕСКО по работе с детьми с особыми нуждами, Проективные методы работы с детьми	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Преддипломная практика

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1.	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	ПК-2	знать: - основные концепции организации неформальных массовых коммуникаций за рубежом и в России; - основные приемы воздействия неформальной массовой коммуникации; - специфику анализа неформального массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью;

			- учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию. владеть: - навыками анализа динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - навыками анализа и синтеза фактов и теоретических положений в области неформальных массовых коммуникаций и связей с общественностью.
2.	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	ПК-2	- основные концепции организации формальных массовых коммуникаций за рубежом и в России; - основные приемы воздействия формальной массовой коммуникации; - специфику анализа формального массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью; - учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - анализировать оказываемое воздействие и уметь при

			необходимости противостоять оказываемому воздействию. владеть: - навыками анализа динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - навыками анализа и синтеза фактов и теоретических положений в области формальных массовых коммуникаций и связей с общественностью.
3.	Стратегия и тактика паблик рилейшенз. Черный PR – составляющие и использование.	ПК-2	знать: - основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России; - основные тенденции развития мирового PR; - специфику использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью; - учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию. владеть: - анализировать динамику процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам; - анализировать и синтезировать факты и теоретические положения в

			области массовых коммуникаций и связей с общественностью.
--	--	--	---

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Минимальный уровень	Базовый уровень	Высокий уровень
ПК-2	Имеет фрагментарные знания о специфике стихийного массового поведения. Испытывает затруднения в процессе анализа поведения группы; прогнозирования поведения больших социальных групп; анализа общения в малых группах. Недооценивает важность и необходимость анализа основных тенденции развития мирового PR. Не способен продемонстрировать навыки анализа специфики использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам, динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.	Допускает неточности в формулировании специфики стихийного массового поведения. Допускает незначительные ошибки в процессе анализа основных тенденции развития мирового PR. Характеризует закономерности и правила анализа специфики использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам, допуская отдельные ошибки. Демонстрирует затруднения в анализе поведенческих стратегий субъектов в групповых ситуациях, эффективного взаимодействия с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий, динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным	Демонстрирует полные знания специфики стихийного массового поведения. Свободно владеет умениями анализа основных тенденции развития мирового PR. Свободно владеет навыками анализа специфики использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам. Демонстрирует навыки анализа поведенческих стратегий субъектов в групповых ситуациях, эффективного взаимодействия с учетом этнических, конфессиональных и культурных различий; навыки коллективной работы, динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.

		группам.	
--	--	----------	--

Оценочные средства и шкалы оценивания

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости в рамках освоения дисциплины:

- демонстрация презентаций,
- контрольная работа,
- семинар,
- тест

Критерии и шкала оценивания демонстрации презентации

Предел длительности контроля	7-10 минут
Шкала оценки	Критерии оценки
5 (отлично)	• содержание соответствует теме, информация изложена четко и логично, является достоверной; • количество слайдов – в пределах 20; • присутствует творческий, оригинальный подход;
4 (хорошо)	• содержание соответствует теме, информация, в целом, изложена четко и логично, является достоверной; • количество слайдов – в пределах 15.
3 (удовлетворительно)	• количество слайдов – в пределах 10; • тема раскрыта поверхностно; • презентация перегружена текстом.
2 (неудовлетворительно)	• количество слайдов менее 10, тема не раскрыта.

Критерии и шкала оценивания контрольной работы

Предел длительности контроля	20-25 минут
Шкала оценки	Критерии оценки
5 (отлично)	• обстоятельно с достаточной полнотой излагает соответствующую тему; • дает правильные формулировки, точные определения, понятия терминов; • может обосновать свой ответ, привести необходимые примеры;

	• правильно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя, имеющие целью выяснить степень понимания студентом данного материала.
4 (хорошо)	• неполно, но правильно изложено задание; • при изложении были допущены 1-2 несущественные ошибки, которые он исправляет после замечания преподавателя; • дает правильные формулировки, точные определения терминов; • может обосновать свой ответ, привести необходимые примеры; • правильно отвечает на дополнительные вопросы преподавателя, имеющие целью выяснить степень понимания студентом данного материала.
3 (удовлетворительно)	• неполно, но правильно изложено задание; • при изложении была допущена 1 существенная ошибка; • знает и понимает основные положения данной темы, но допускает неточности в формулировке понятий; • излагает выполнение задания недостаточно логично и последовательно; • затрудняется при ответах на вопросы преподавателя.
2 (неудовлетворительно)	• неполно изложено задание; • при изложении были допущены существенные ошибки, т.е. если оно не удовлетворяет требованиям, установленным преподавателем к данному виду работы

Критерии и шкала оценивания семинара

Предел длительности контроля	30-40 минут
Шкала оценки	Критерии оценки
5 (отлично)	активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твердое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий
4 (хорошо)	недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость

3 (удовлетворительно)	ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, нерегулярная посещаемость
2 (неудовлетворительно)	пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок

Критерии и шкала оценивания теста

Предел длительности контроля	30 минут
Шкала оценки	Критерии оценки
5 (отлично)	Студент дает правильные ответы на 90% вопросов теста
4 (хорошо)	Студент дает правильные ответы на 75-89% вопросов теста
3 (удовлетворительно)	Студент дает правильные ответы на 50 - 74% вопросов теста
2 (неудовлетворительно)	Больше 50% ответов не верны

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

№	Раздел рабочей программы	Показатели оценивания	Формируемые компетенции (или их части)	Оценочные средства
1.	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	Знать: знать: - основные концепции организации неформальных массовых коммуникаций за рубежом и в России (ПК-2); - основные приемы воздействия неформальной массовой коммуникации (ПК-2); - специфику анализа неформального массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью (ПК-2);	ПК-2	Доклад с презентацией. Контрольная работа

		- учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию (ПК-2). владеть: - навыками анализа динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - навыками анализа и синтеза фактов и теоретических положений в области неформальных массовых коммуникаций и связей с общественностью (ПК-2).		
2.	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	- основные концепции организации формальных массовых коммуникаций за рубежом и в России (ПК-2); - основные приемы воздействия формальной массовой коммуникации (ПК-2); - специфику анализа формального массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью (ПК-2); - учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию (ПК-2). владеть: - навыками анализа динамики процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - навыками анализа и синтеза фактов и теоретических положений в области формальных массовых коммуникаций и связей с общественностью (ПК-2).	ПК-2	Доклад с презентацией Семинар

3.	Стратегия и тактика публичных отношений. Черный PR – составляющие и использование.	знать: - основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России (ПК-2); - основные тенденции развития мирового PR (ПК-2); - специфику использования методов массового коммуникативного воздействия с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); уметь: - адекватно целям исследования выбирать метод связей с общественностью (ПК-2); - учитывать особенности мировоззрения и сформированной картины мира массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - анализировать оказываемое воздействие и уметь при необходимости противостоять оказываемому воздействию (ПК-2). владеть: - анализировать динамику процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам (ПК-2); - анализировать и синтезировать факты и теоретические положения в области массовых коммуникаций и связей с общественностью (ПК-2).	ПК-2	Доклад с презентацией Тестирование,
----	--	---	------	--

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины:

Тематика презентаций

Тема 1. Специфика массовой коммуникации.

1. Влияние массовых коммуникаций на формирование психики ребенка.
2. Анализ воздействия формальных массовых коммуникаций на взрослого человека.

Тема 2. Теории массовой коммуникации.

1. Современные информационные технологии.
2. Социальная функция массовых коммуникаций.

Тема 3. Слухи как неформальная массовая коммуникация.

1. Формулы возникновения слухов.
2. Коммуникативная роль слухов.
3. Факторы, усиливающие распространение слухов.

Тема 4. Механизмы распространения слухов.

1. Сглаживание, заострение и уподобление как механизмы распространения слухов.
2. Способы нейтрализации слухов.

Тема 5. Влияние телевидения на массовое сознание.

1. Мужские и женские нормативные образы в СМИ.
2. Феномен фейсизма.

Тема 6. Моделирование социальной реальности на телеэкране.

1. Эффекты сенсбилизации и десенсбилизации.
2. Персонализация как способ воздействия на массовое сознание.
3. Воздействие телевидения на массовое сознание в зависимости от принадлежности от гендерной принадлежности зрителя.

Тема 7. Модель рекламной коммуникации.

1. Использование символов в отечественной рекламе.
2. Реклама на телевидении, в прессе, в интернете.

Тема 8. Направления ПР-деятельности.

1. Роль ценностей и потребностей целевой аудитории при разработке воздействия на массовое сознание.
2. ПР и создание имиджа организации.

Тема 9. Информационная составляющая ПР-деятельности.

1. Формы подачи информации.
2. Планирование и проведение пресс-конференции.
3. Характеристика и особенности проведения конференции, презентации, пресс-тура.

Тема 10. Составляющие черного пиара.

1. Сублиминальное воздействие и черная пропаганда как составляющие черного пиара.
2. Распознавание и нейтрализация черного пиара.

Тематика контрольных работ.

Контрольная работа 1 по теме 3 (Слухи как неформальная массовая коммуникация).

1. Характеристика слухов. Формулы возникновения слухов.
2. Функции слухов как неформальной массовой коммуникации.
3. Факторы, усиливающие и ослабляющие распространение слухов.
4. Приемы нейтрализации слухов.

Контрольная работа 2 по теме 4 (Механизмы распространения слухов).

1. Общая характеристика механизмов распространения слухов.
2. Взаимосвязь психологических особенностей целевой аудитории и распространения слухов.
3. Динамика распространения слухов с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.
4. Способы нейтрализации слухов с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.

Тематика семинаров.

Семинар 1 по теме 5 (Влияние телевидения на массовое сознание).

1. Роль телевидения в формировании картины мира.
2. Телевидение как средство распространения аттитюдов и стереотипов.

Семинар 2 по теме 6 (Моделирование социальной реальности на телеэкране).

1. Феномен агрессии на ТВ-экране.
2. Анализ стереотипов СМИ. Мужские и женские образы на телеэкране
3. Воздействие телевидения на массовое сознание в зависимости от принадлежности зрителей к социальным группам.

Семинар 3 по теме 7 (Модель рекламной коммуникации).

1. Использование принципов кодирования информации в отечественной рекламе.

2. Способы преодоления барьеров в рекламной коммуникации.
3. Реклама на телевидении как разновидность воздействия на массовое сознание.

Тестирование по разделу 3 (Стратегия и тактика публичных отношений. Черный PR – составляющие и использование).

1. Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

1. **идентификация,**
2. **эмпатия,**
3. **аттракция,**
4. персонификация,
5. когнитивный баланс,
6. символизация,

2. Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации «убеждение, внушение, заражение, ...».

1. NLP.
2. Стереотипизация.
3. Формирование установок.
4. Формирование коллективных предрассудков.
5. Огруппление мышления.
6. **Подражание.**

3. Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:

1. утаивание информации,
2. смещение акцентов,
3. искажение информации,
4. **мода,**
5. **реклама,**
6. **пропаганда.**

4. В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие формирование коммуникативного влияния:

1. **когнитивный уровень,**
2. уровень потребностей,
3. мотивационный уровень,
4. **аффективный уровень,**
5. **поведенческий уровень**

5. Структуру черного пиара составляют:

1. сублиминальное воздействие;
2. намеренное распространение слухов;
3. ложь;
4. черная пропаганда;
5. **верны все варианты.**

6. Сублиминальным называют воздействие

1. надпороговое;
2. **подпороговое;**
3. внепороговое.

7. Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации основаны на использовании феномена, называемогося:

- 1.ассоциативная идентификация;
- 2.привычные действия;
- 3.**подпороговое воздействие;**
4. подчинение поведения принципу удовольствия.

8. Что из ниже перечисленного может выступать в качестве «якоря» в воздействии массовой коммуникации?

- 1.слова,
- 2.жесты,
- 3.звуки,
- 4.**образы,**
- 5.все ответы верны.

9. К механизмам формирования мнения относят:

1. **внушение;**
2. соперничество;
3. **подражание;**
4. **заражение;**
5. эффект ореола.

10. Какие из перечисленных ниже моделей являются моделями связи с общественностью

- 1.паблисити;
2. общественной информации;
- 3 двусторонней асимметрии;
4. двусторонней симметрии;
5. **верны все варианты.**

КАРТА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ПРОВОДИМОЙ В ФОРМЕ ЗАЧЕТА

№ п/п	Раздел рабочей программы	Формируемы е компетенции (или их части)	Оценочное средство к зачету Контрольные работы 1-3
1	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	ПК-2	К.р. № 1 вопросы: 1- 4; К.р. № 2 вопросы: 1-4;
2	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	ПК-2	Семинар 1, вопросы 1-2; Семинар 2, вопросы 1-3; Семинар 3, вопросы 1-3.
3	Стратегия и тактика паблик рилейшенз. Черный PR – составляющие и использование.	ПК-2	Тестирование вопросы 1-10.

КАРТА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ, ПРОВОДИМОЙ В ФОРМЕ ЗАЧЕТА

№ п/п	Раздел рабочей программы	Формируемы е компетенции (или их части)	Оценочное средство (вопросы к зачету)
1	Общая характеристика массовой коммуникации. Неформальная массовая коммуникация.	ПК-2	1-7
2	Формальная массовая коммуникация. Воздействие телевидения на массовое сознание.	ПК-2	8-18
3	Стратегия и тактика паблик рилейшенз. Черный PR – составляющие и использование.	ПК-2	19-34

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

Вопросы к зачету.

1. Характеристика средств массовой коммуникации.
2. История развития средств массовой коммуникации.
3. Теории массовой коммуникации.
4. Неформальная массовая коммуникация.
5. Феномен слухов. Виды слухов.
6. Искажения в процессе циркуляции слухов.
7. Примеры эмпирического исследования распространения слухов.
8. Формальная массовая коммуникация.
9. Воздействие телевидения на массовое сознание.
10. Феномен агрессии на ТВ-экране.
11. 2. Анализ стереотипов СМИ.
12. Мужские и женские образы на телеэкране.
13. Воздействие телевидения на массовое сознание в зависимости от принадлежности зрителей к социальным группам.
14. Составляющие формальной массовой коммуникации.
15. Реклама в средствах массовой коммуникации.
16. Виды рекламы.

17. Модели рекламной коммуникации.
18. Использование символов в отечественной рекламе.
19. Определение и содержание «паблик рилейшнз».
20. История развития ПР-деятельности.
21. Модели связи с общественностью (паблисити, общественной информации, двусторонней асимметрии, двусторонней симметрии).
22. Структура ПР-деятельности.
23. ПР и создание имиджа.
24. Составляющие имиджа организации.
25. Управление информацией. Этапы и приемы управления информацией.
26. Формы подачи информации.
27. Планирование и проведение пресс-конференции.
28. Характеристика и особенности проведения конференции, презентации, пресс-тура.
29. Имидж кандидата в предвыборной кампании.
30. Черный ПР – составляющие и нейтрализация.
31. Сублиминальное воздействие.
32. Черная, серая и белая пропаганда.
33. Нейтрализация слухов в зависимости от психологических характеристик социальных групп.
34. Динамика процессов массового сознания с учетом принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам.

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

Особенности процедур текущей и промежуточной аттестации описаны в «Положении о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в НОУ ВО «МСПИ»», утвержденном Приказом ректора № 14 от 03.04.2014.

К прохождению промежуточной аттестации по дисциплине в форме зачета студент допускается при условии спешного выполнения всех заданий, предусмотренных в рамках текущего контроля успеваемости в рабочей программе дисциплины.

Оценивание уровня сформированности компетенций студентов на промежуточной аттестации, проводимой в форме зачета

Шкала оценивания	Уровень сформированности компетенций	Описание критериев оценивания
------------------	--------------------------------------	-------------------------------

зачтено	Высокий уровень (5 баллов)	- Дан развернутый ответ на поставленные вопросы, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине - В ответе прослеживается четкая структура и логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий - Ответ изложен литературным языком с использованием современной терминологии - Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа
	Базовый уровень (4 балла)	- Дан развернутый ответ на поставленный вопрос - Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком с использованием современной терминологии - Могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя
	Минимальный уровень (3 балла)	- Логика и последовательность изложения имеют нарушения - Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов - В ответе отсутствуют выводы - Умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано - Речевое оформление требует поправок, коррекции
не зачтено	Компетенция несформирована	- Ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросам -Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения -Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения - Речь неграмотная - Психологическая терминология не используется -Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента - Ответ на вопрос полностью отсутствует или отказ от ответа

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

8.1. Рекомендуемая литература

8.1.1. Основная литература

1. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций: монография. [Электронный ресурс] – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. – 496 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=439951&sr=1

2. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика. Учебное пособие для обучающихся в магистратуре. [Электронный ресурс] – М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 438 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847&sr=1
3. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие. [Электронный ресурс] – М.: Директ-Медиа, 2021. – 170 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=235650&sr=1

8.1.2. Дополнительная литература

1. Гуревич П.С. Психология рекламы: учебник. [Электронный ресурс] – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118129&sr=1
2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 135 с. – Режим доступа:
3. Оришев А.Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием: монография. – М., Берлин: Директ-Медиа, 2018. – 311 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=485123&sr=1

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

Название	Интернет-ссылка
Электронные библиотеки	
Университетская библиотека ONLINE	http://www.biblioclub.ru
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	http://diss.rsl.ru/?menu=disscatalog/
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
Поисковая система книг и документов	http://filegiver.com
Библиотека Института Психотерапии и Клинической Психологии	http://www.psyinst.ru/library
Электронные книги по психологии, психотерапии, бизнесу, эзотерике, тренировке памяти и мышления.	http://www.koob.ru
Педагогическая библиотека	http://pedlib.ru
Библиотека Российского психологического общества	http://www.rpo.rsu.ru
Библиотека Института психологии РАН	http://www.ipras.ru
Библиотека Института психологии РАО	http://www.pirao.ru
Психологические журналы и периодика	
«Психологическая наука и образование»	http://www.psyedu.ru
«Московский психологический журнал»	http://magazine.mospsy.ru
Журнал практической психологии и психоанализа	http://psychol.ras.ru/ippjpfr/journal
Журналы Американской психологической ассоциации	http://www.apa.org/journals
Сайты, содержащие информационные справочные материалы по психологии	
Сайт, содержащий материалы по различным отраслям психологии	http://www.psychology-online.net

Сайт, содержащий материалы по различным отраслям психологии	http://www.psychol-ok.ru
Сайт факультета психологии МГУ. Журналы, учебники, монографии по различным отраслям психологии. Информация об известных психологах и психотерапевтах. Профессиональные форумы	http://www.flogiston.ru
Сайт, содержащий материалы по психологии управления и HR-менеджменту	http://hrm.ru/
Материалы по различным отраслям психологии, описание тестов и процедур исследования	http://www.azps.ru
Сайт Института практической психологии «Иматон»	http://www.imaton.com
Профессиональное интернет издание «Психологическая газета»	http://psy.su/
Информационный ресурсный сайт по научной и практической психологии	http://www.psyfactor.org
Сайт IBM SPSS Statistics в России	http://www.predictivesolutions.ru/
Сайт, содержащий материалы по психологии управления	http://www.iteam.ru/
Сайт, содержащий материалы по различным отраслям психологии	http://www.psihologu.ru
Портал издательского дома «Первое сентября».	http://www.Psy.1september.ru
Сайт федерального общества педагогов-психологов. Нормативные документы, решения по вопросам психологии в образовании	http://www.rospsy.ru
Сайт журнала «Вопросы психологии»	http://www.voppsy.ru
Этический кодекс психолога	http://www.apa.org/ethics/code/index.aspx

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Работа над конспектом лекции

Основу теоретического обучения студентов составляют лекции. Они дают систематизированные знания студентам о наиболее сложных и актуальных проблемах изучаемой дисциплины. На лекциях особое внимание уделяется не только усвоению студентами изучаемых проблем, но и стимулированию их активной познавательной деятельности, творческого мышления, развитию научного мировоззрения, профессионально-значимых свойств и качеств. Лекции по учебной дисциплине проводятся, как правило, как проблемные в форме диалога (интерактивные).

Осуществляя учебные действия на лекционных занятиях, студенты должны внимательно воспринимать действия преподавателя, запоминать складывающиеся образы, мыслить, добиваться понимания изучаемого предмета, применения знаний на практике, при решении учебно-профессиональных задач. Студенты должны аккуратно вести конспект. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю. В процессе работы на лекции необходимо так же выполнять в конспектах модели изучаемого предмета (рисунки, схемы, чертежи и т.д.), которые использует преподаватель.

Работу над конспектом следует начинать с его доработки, желательно в тот же день, пока материал еще легко воспроизводим в памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополняя и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект.

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к практическим (семинарским) занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний.

Работа с рекомендованной литературой

При работе с основной и дополнительной литературой целесообразно придерживаться такой последовательности. Сначала прочитать весь заданный текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом материале, понять общий смысл прочитанного. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

В процессе изучения материала источника и составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым и удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию (семинару)

Для успешного освоения материала студентам рекомендуется сначала ознакомиться с учебным материалом, изложенным в лекциях и основной литературе, затем выполнить самостоятельные задания, при необходимости обращаясь к дополнительной литературе.

При подготовке к практическому занятию (семинару) можно выделить 2 этапа:

- организационный,
- закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в просе контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах. Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал. Целесообразно готовиться к практическим (семинарским) занятиям за 1- 2 недели до их начала, а именно: на основе изучения рекомендованной литературы выписать в контекст основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

Контрольная работа – письменная работа небольшого объема, предполагающая проверку знаний заданного к изучению материала. Написание контрольной работы практикуется в учебном процессе в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью контрольной работы студент постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу.

11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине предполагается использование информационных технологий, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы в следующем составе:

1.Операционная система Windows 8.1 32-bit/64-bit Russian Russia Only DVD [WN7-00937] (счет № 12406644 от 01.04.2014, товарная накладная № 8709347134 от 01.04.2014, Акт № 9709571317 от 01.04.2014)

2.Коробочная версия ПО приложение для ПК Office Home and Business 2013 32/64 Russian Russia Only EM DVD NoSkype (T5D-01763) (счет № 142620887 от 18.03.2014, товарная накладная № 334356/РБР от 01.04.2014)

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для обеспечения данной дисциплины необходима аудитория, оснащенная специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийным комплексом с доступом к сети Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 37.03.01 Психология, направленность (профиль): Практическая психология

Рабочая программа дисциплины
«Психология массовых коммуникаций и связи с общественностью»

Составитель:
Трушкова Светлана Викторовна, канд.психолог.наук, доцент

Отв.редактор:
Морозов А.В., доктор пед. наук, профессор