

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)**

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по
учебной работе

_____ Н.Н. Сухих
« 14 » февраля 2018 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Психология массовых коммуникаций

Направление подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль):
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация (степень) выпускника:
бакалавр

Форма обучения:
очная

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является приобретение теоретических знаний, умений и практических навыков в профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование знаний об основных понятиях, моделях и теориях массовой коммуникации;
- освоение умений применять знания теории массовых коммуникаций и использовать их в профессиональной деятельности;
- формирование практических навыков работы в области массовой коммуникации, умений устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Психология массовых коммуникаций» представляет собой дисциплину, относящуюся к Базовой части Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина (модуль) базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин (модулей): «Социология», «Религиоведение», «Социология массовых коммуникаций».

Дисциплина (модуль) является обеспечивающей для ГИА.

Дисциплина (модуль) завершает и конкретизирует знания, умения и навыки выпускника, необходимые для профессиональной деятельности в области коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности.

Дисциплина (модуль) изучается в 7 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ОК-6</p> <p>Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и принципы теории массовой коммуникации; - структуру, формы и методы массовых коммуникаций в рыночной среде; - основные психологические характеристики медиа-коммуникатора; - поведенческие закономерности, социальные стереотипы и установки медиа-аудитории; - основные методы и формы коммуникации с внешней медиа-средой. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - толерантно относиться к социальным, этническим, конфессиональным культурным различиям других людей.

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - базовыми навыками коммуникации в медиа-среде.
<p>ПК-6</p> <p>Способность участвовать в создании эффективной коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание понятия «коммуникативная инфраструктура организации» - методику работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - навыками участия в формировании внутрикорпоративных коммуникаций; - средствами и методами создания и поддержания

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
	благоприятного психологического климата в коллективе.

4 Объём дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составляет 3 зачётные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	56,3	56,3
лекции	28	28
практические занятия	28	28
семинары		
лабораторные работы		
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	43	43
Промежуточная аттестация	9	9
Контактная работа	0,3	0,3
Самостоятельная работа по подготовке к зачету	зачет 8,7	зачет 8,7

5 Содержание дисциплины(модуля)

5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины(модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ПК-6		
Тема 1 Массовая коммуникация как объект социально психологического исследования	14	+	+	ВК, Л, ПЗ, СРС	У
Тема 2 Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Тема 3 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Тема 4 Психологический анализ каналов массовой коммуникации	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Тема 5 Психологические закономерности аудитории СМК	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Тема 6 Психологический	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	

Темы дисциплины (модуля)	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК-6	ПК-6		
анализ сообщений масс-медиа					У
Тема 7 Психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации	15	+	+	Л, ПЗ, СРС	У
Итого по дисциплине	99				
Промежуточная аттестация	9				
Всего по дисциплине (модулю)	108				

Условные обозначения: ВК – входной контроль, Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1 Массовая коммуникация как объект социально психологического исследования	4	4			6		14
Тема 2 Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации	4	4			6		14
Тема 3 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	4	4			6		14
Тема 4 Психологический анализ каналов массовой коммуникации	4	4			6		14
Тема 5 Психологические закономерности аудитории СМК	4	4			6		14
Тема 6 Психологический анализ сообщений масс-медиа	4	4			6		14
Тема 7 Психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации	4	4			7		15
Итого за семестр	28	28			43		99
Промежуточная аттестация							9
Всего по дисциплине (модулю)							108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1 Массовая коммуникация как объект социально психологического исследования

Понятия коммуникации и массовой коммуникации. Соотношение понятий общение и коммуникация. Основные парадигмы в теории массовых коммуникаций: медиа-центрированная и человеко-центрированная. Функции коммуникации. Типы классификаций коммуникации. Виды коммуникации: межличностная, публичная и массовая коммуникации. Сравнение массовой и межличностной коммуникации. Понятие коммуникативной структуры организации. Понятия «массмедиа» и «средства массовой коммуникации» (СМК), «новые медиа». Функции массовой коммуникации.

Тема 2 Теоретические подходы к изучению эффектов массовой коммуникации

Модель коммуникационного процесса Г. Лассуэлла. Двухступенчатая модель массовой коммуникации П. Лазарсфельда и др. Психодинамическая модель влияния СМК К. Ховленда. Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера и эффекты СМИ. Модель «повестки дня» М. Маккоумза и Д. Шоу. Теория культивации (Дж. Гербнер, Л. Гросс, М. Морган, Н. Синьорелли). Подход «полезности и удовлетворения потребностей» (Э. Кац, Г. Герцог, М. Миллер и др.) Теория «кодирования / декодирования» (С. Холл). Модель прайминга (А. Коллинз, Э. Лофтус, Р.Б. Фельсон, и др.). Теория социального научения А. Бандуры. Концепция конструктивизма в теории массмедиа (П. Бергер и Т. Лукман и др.). Концепция электронных медиа М. Маклюэна. Влияние эффектов внешней коммуникации организации на внутреннюю коммуникативную инфраструктуру.

Тема 3 Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации

Коммуникатор как субъект массовой коммуникации. Структура и функции коммуникатора в массовой коммуникации. Особенности субъекта

коммуникации в социальных сетях. Психологические особенности личности коммуникатора как субъекта медиа-коммуникативной деятельности. Образ коммуникатора, психологические особенности публичной индивидуальности. Внешние, коммуникативные и индивидуально-личностные характеристики коммуникатора. Влияние психологических характеристик коммуникатора на коммуникативную инфраструктуру организации.

Специфика общения медиа-коммуникатора с аудиторией. Социально-психологические модели коммуникатора.

Тема 4 Психологический анализ каналов массовой коммуникации

Исторические этапы развития медиа. Общие закономерности и тенденции развития средств массовой коммуникации. Значение средств медиа-коммуникаций в эволюции культуры. Классификация современных средств массовой коммуникации. Психологические особенности прессы как медиаканала. Тенденции развития прессы в конце XX — начале XXI века. Особенности радио как медиаканала. Влияние дигитализации радио и конкуренции имиджей радиоканалов на психологию аудитории. Характеристика телевидения как медиаканала. Роль телевидения в смене типа восприятия и мышления аудитории. Глобализация массовой коммуникации. «Новые медиа» - Интернет и мобильная сотовая связь, их роль в трансформации аудитории коммуникации. Использование психологического анализа каналов коммуникации в создании эффективной инфраструктуры организации.

Тема 5 Психологические закономерности аудитории СМК

Психологические характеристики больших социальных групп: характеристика типичной личности и характеристика психического склада общности. Специфика аудитории массовой коммуникации. Аудитория «единицы контента». Принципы образования и типология аудитории СМК. Параметры исследования аудитории СМК. Поведенческие закономерности медиааудитории. Потребности, мотивы и мотивация медиа поведения. Цикличность медиа аудитории. Диспозиционные закономерности медиа аудитории. Социальные стереотипы и установки медиа

аудитории. Психологический анализ внешней аудитории коммуникации организации.

Тема 6 Психологический анализ сообщений массмедиа

Сообщение как структурный элемент массовой коммуникации. Понятие «медiateкст», классификация медiateкстов. Визуализация и фрагментация сообщений «новых медиа». Гипертекст как феномен массмедиа. Принципы ризомы и самоорганизации в трансформации медиа сообщений в сети Интернет. Новости как предмет массмедиа сообщения. Соотношение понятий «событие», «факт», «новость». Типология новостей. Теория формирования повестки дня и конструирование социальной реальности. Использование теории повестки дня и конструирования социальной реальности в создании эффективной коммуникативной инфраструктуры организации. Система конкурирующих сообщений и манипуляция сознанием аудитории СМИ.

Тема 7 Психологические аспекты информационных процессов субъекта в ходе массовой коммуникации

Классификация психологических процессов познания: внимание, восприятие, память, мышление, понимание, воображение. Принцип избирательности внимания. Приемы управления вниманием аудитории массмедиа. Понятия «перцепция» и «апперцепция». Принцип гештальта в восприятии медиа сообщений. Основные процессы памяти: запоминание, сохранение, воспроизведение, забывание. Факторы, влияющие на процессы запоминания при обработке медиа сообщений. Мышление и понимание. Процессы кодирования и декодирования сообщения в массмедиа. Уровни восприятия и оценки (анализа) медiateкстов реципиентов СМК. Роль воображения в понимании и интерпретации смысла медиасообщений. Использование анализа информационных процессов субъекта в практике создания эффективной коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
7 семестр		
1	Практическое занятие № 1 Диагностика остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам.	2
	Практическое занятие № 2 Основные понятия психологии массовых коммуникаций.	2
2	Практическое занятие № 3 Теоретические модели эффектов СМИ, часть 1	2
	Практическое занятие № 4 Теоретические модели эффектов СМИ, часть 2	2
3	Практическое занятие № 5 Психологические особенности личности медиа коммуникатора.	2
	Практическое занятие № 6 Особенности общения медиа коммуникатора с аудиторией.	2
4	Практическое занятие № 7 Исторические этапы развития медиа и смена типов восприятия, понимания и оценки медиа сообщений.	2
	Практическое занятие № 8 Современные средства массовой коммуникации и психология медиа аудитории.	2
5	Практическое занятие № 9 Психологические характеристики медиааудитории.	2
	Практическое занятие № 10 Поведенческие характеристики медиааудитории.	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
6	Практическое занятие № 11 Сообщение как структурный элемент массовой коммуникации	2
	Практическое занятие № 12 Новости как предмет медиа сообщения.	2
7	Практическое занятие № 13 Психические познавательные процессы субъекта массовой коммуникации.	2
	Практическое занятие № 14 Анализ психических познавательных процессов на примере собственного восприятия и понимания конкретного рекламного сообщения	2
Итого за семестр		28
Итого по дисциплине (модулю)		28

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	6

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
	3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу.	
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [4], [6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу.	6
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [3], [4], [6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу	6
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [3], [4], [6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами. 4 Подготовка к устному опросу.	6
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [3], [4], [5].	6

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу.	
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [3], [4], [6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу	6
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [3], [4], [6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами 4 Подготовка к устному опросу	7
Итого за семестр:		43
Итого по дисциплине (модулю):		43

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины(модуля)

а) основная литература:

- 1 Антонова, Н. В. *Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/26399AD9-3595-420C-A2CE-62401F9D46CE.*
- 2 Виноградова, С. М. *Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD/psihologiya-massovoy-kommunikacii>*
- 3 Болотова, А. К. *Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 327 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01325-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6C3F6015-A4F5-4A62-8D23-B3FC826C3602.*

б) дополнительная литература:

- 4 Ефимова, Н. С., Литвинова, А.В. *Социальная психология: учеб. для бакалавров [Текст] / Н. С. Ефимова, А. В. Литвинова. — М.: Юрайт, 2012. — 442 с.— ISBN 978-5-9916-1564-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/C7C7B8E0-D829-49E2-938B-442DCFA95FBE/socialnaya-psihologiya>*
- 5 Федотова, Л. Н. *Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 603 с. — (Серия : Бакалавр.*

Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/A5683ECE-E3BA-4D22-8C86-6E44EE1389BB/sociologiya-massovyh-kommunikacij-teoriya-i-praktika>

- 6 **Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 299 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04971-8. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D/sociologiya-massovoy-kommunikacii>**

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 7 **Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки»**[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 8 **Журнал «Вопросы философии»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 9 **Журнал «Социологические исследования»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 10 **Административно-управленческий портал** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 11 **AviationExplorer** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 12 **Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация**[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

13 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

14 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

15 Консультант Плюс[Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

16 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»[Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный(дата обращения: 29.01.2018).

17 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

18 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Психология массовых коммуникаций	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран LumienMasterpicture 180*180 Доступ в сеть Интернет	Microsoft Windows 7 professional, Microsoft Windows office professional plus 2007, Acrobat
----------------------------------	------------------------	---	---

			professional Windows International, al,Kasperskiy Anti-Virus Suite для WKS и FS, Abbyy Fine Reader 10 Corporate Editional
--	--	--	--

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимого для изучения дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив теории межличностной коммуникации в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Психология массовых коммуникаций» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования

фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета.

Фонд оценочных средств дисциплины «Психология массовых коммуникаций» включает устные опросы.

Устный опрос проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в конце 7-го семестра.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи зачета должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

7 семестр

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималь ное значение	максима льное значени е		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
Лекция 1	1	2	1	
Практическое занятие 1	2	3	1	
Лекция 2	1	2	2	
Практическое занятие 2	2	3	2	
Лекция 3	1	2	3	
Практическое занятие 3	2	3	3	
Лекция 4	1	2	4	
Практическое занятие 4	3	3	4	
Лекция 5	1	2	5	
Практическое занятие 5	2	3	5	
Лекция 6	1	2	6	
Практическое занятие 6	3	3	6	
Лекция 7	1	2	7	
Практическое занятие 7	2	3	7	
Лекция 8	1	2	8	

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минималь ное значение	максима льное значени е		
Практическое занятие 8	3	3	8	
Лекция 9	1	2	9	
Практическое занятие 9	2	3	9	
Лекция 10	1	2	10	
Практическое занятие 10	2	3	10	
Лекция 11	1	2	11	
Практическое занятие 11	2	3	11	
Лекция 12	1	2	12	
Практическое занятие 12	2	3	12	
Лекция 13	1	2	13	
Практическое занятие 13	2	3	13	
Лекция 14	1	2	14	
Практическое занятие 14	2	3	14	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		

Тема/вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих обучающемуся продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов		Срок контроля (порядковы й номер недели с начала семестра)	Приме- чание
	минимал ное значение	максима льное значени е		
<u>Зачет</u>	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС		Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)		
90 и более		5 – «отлично»		
75÷89		4 – «хорошо»		
60÷74		3 – «удовлетворительно»		
менее 60		2 – «неудовлетворительно»		

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Психология массовой коммуникации» для текущей аттестации студентов используются следующие формы:

- контроль посещаемости студентами лекций и практических занятий;
- заслушивание и оценка докладов по вопросам тем практических занятий;
- проведение 7 устных опросов по итогам освоения разделов дисциплины в форме устных ответов;
- по итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПб ГУГА, и Учебные программы по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения студентов график (сроки) текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия заключительной (промежуточной) аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику, преподаватель осуществляет за счет часов, отведенных на практические занятия.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса учебного плана и утверждаются приказом Ректора или уполномоченного им лица. По дисциплине «Психология массовых коммуникаций» предусмотрен зачет. Для допуска к зачету необходимо успешно пройти все устные опросы, проводимые в течение семестра.

Промежуточная аттестация (зачет) по итогам освоения дисциплины проводится в 7 семестре.

Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Социология массовых коммуникаций

- 1 Массовая коммуникация, средства массовой коммуникации: определение.
- 2 Типологии современных средств массовой коммуникации.
- 3 Характеристики и особенности массовой коммуникации.
- 4 Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера.
- 5 Исследования агрессивного контента на телевидении. Теория социального научения А. Бандуры.

Религиоведение

- 1 Функции религии в жизни человека и общества.
- 2 Дзэн-буддизм и мировая культура.
- 3 Русская православная церковь в современном мире.
- 4 Ислам в современном мире.
- 5 Перспективы развития религий в XXI веке.

Социология

- 1 Объект, предмет и структура социологии.
- 2 Основные методы и функции социологии.
- 3 Место и роль социологии в системе общественных наук.
- 4 Социальные общности и группы как источник саморазвития общества.

5 Особенности развития российского общества.

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

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
<p>ОК-6</p> <p>Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>Базовый уровень:</p> <p>Приобретение знаний: основные понятия и принципы теории массовой коммуникации ;</p> <p>- структуру, формы и методы массовых коммуникаций в рыночной</p>	<p>Приобретение знаний:</p> <p>- основных понятий и принципов теории массовой коммуникации; - структуры, форм и методов массовых коммуникаций в рыночной</p>	<p>Обнаруживает знания:</p> <p>- основных понятий и принципов теории массовой коммуникации; - структуры, форм и методов массовых коммуникаций в рыночной среде;</p> <p>- основных психологических характеристик медиакommunikатора;</p> <p>- поведенческих закономерностей, социальных стереотипов и установок медиа-аудитории;</p>

<p>Формулировка осваиваемой части компетенции</p>	<p>Этапы формирования компетенции</p>	<p>Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)</p>	<p>Критерии (как (чем) оценивается способность)</p>
	<p>среде; - основные психологические характеристики и медиа-коммуникатора; - поведенческие закономерности, социальные стереотипы и установки медиа-аудитории; - основные методы и формы коммуникации с внешней медиа-средой.</p>	<p>основных психологических характеристик и медиа-коммуникатора; - поведенческих закономерностях, социальных стереотипах и установках медиа-аудитории; - основных методов и форм коммуникации с внешней медиа-средой. Освоение умений:</p>	<p>- основных методов и форм коммуникации с внешней медиа-средой. Проявляет умения: - толерантно относиться к социальным, этническим, конфессиональным культурным различиям других людей.</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	Профессиональный уровень: Освоение умений: - толерантно относиться к социальным, этническим, конфессиональным культурным различиям других людей. Овладение: - базовыми навыками коммуникации в медиа-среде.	- толерантно относиться к социальным, этническим, конфессиональными культурным различиям других людей. Овладение: - базовыми навыками коммуникации в медиа-среде.	
ПК-6 Способность участвовать в	Базовый уровень: Приобретение	Способность выражается в знании/содержа	Демонстрирует знание содержания понятия «коммуникативная

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
создании эффективной коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации и	знания содержания понятия «коммуникативная инфраструктура организации». Овладение умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных и общественных структур.	понятия «коммуникативная инфраструктура организации». Освоение умения устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических	инфраструктура организации». Демонстрирует умение устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами Владеет: - способностью понимать сущность и значение информации в развитии

<p>Формулировка осваиваемой части компетенции</p>	<p>Этапы формирования компетенции</p>	<p>Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)</p>	<p>Критерии (как (чем) оценивается способность)</p>
	<p>Профессиональный уровень: Владение способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные</p>	<p>организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами; Овладение способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в</p>	<p>современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; - навыками участия в формировании внутрикорпоративных коммуникаций; - средствами и методами создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе.</p>

<p>Формулировка осваиваемой части компетенции</p>	<p>Этапы формирования компетенции</p>	<p>Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)</p>	<p>Критерии (как (чем) оценивается способность)</p>
	<p>требования информацион ной безопасности, в том числе защиты государственн ой тайны; - навыками участия в формировании внутрикорпор ативных коммуникаций ; - средствами и методами создания и поддержания благоприятног о психологическ</p>	<p>этом процессе, соблюдать основные требования информационн ой безопасности, в том числе защиты государственно й тайны; - овладение навыками участия в формировании внутрикорпора тивных коммуникаций; - средствами и методами создания и поддержания</p>	

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	ого климата в коллективе.	благоприятного психологического климата в коллективе.	

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за зачет – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – зачет не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– 1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– 2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– 3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

- *4 балла*: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;
- *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;
- *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;
- *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;
- *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;
- *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;
- *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Вопросы к теме 1

- 1 Как соотносятся понятия «общение» и «коммуникация»?
- 2 Назовите функции коммуникации в обществе.
- 3 В чем различие ретинальной и аксиальной коммуникации?
- 4 В чем заключаются различия массовой и публичной, массовой и межличностной коммуникации?
- 5 Охарактеризуйте социально-психологические функции массовой коммуникации.
- 6 Какие изменения претерпела массовая коммуникация с появлением сети Интернет?

Вопросы к теме 2

- 1 Какие этапы в изучении психологических закономерностей массовой коммуникации можно выделить?
- 2 В чем сущность теории «волшебной пули»? Применима ли данная теория для характеристики эффектов современной массовой коммуникации?
- 3 На каком этапе медиа исследований возникло понятие «сопротивляющаяся аудитория»? Какие особенности аудитории СМК оно акцентировало?
- 4 Каковы основополагающие идеи теории «повестки дня»? Какими методами можно изучать «повестку дня» СМИ?
- 5 Как теория культивации объясняет воздействие СМИ на аудиторию?
- 6 Как осуществляется процесс социального научения в ходе массовой коммуникации?
- 7 Как объясняется активность аудитории СМИ в теориях кодирования / декодирования, полезности и удовлетворения потребностей?
- 8 Охарактеризуйте процесс прайминга в ходе воздействия СМИ.

9 Что означает тезис о «конструировании реальности» СМК?

Вопросы к теме 3

- 1 Каковы функции коммуникатора в ходе массовой коммуникации?
- 2 Как меняются функции коммуникатора в интерактивных медиа?
- 3 Что означает «публичная индивидуальность» как характеристика образа коммуникатора?
- 4 Каковы объективные условия и требования деятельности медиа-коммуникатора?
- 5 Каким образом ситуация массовой коммуникации определяет профессионально значимые качества различных специалистов массмедиа?
- 6 Рассмотрите основные составляющие образа коммуникатора.
- 7 В чем специфика коммуникативного поведения медиа-коммуникатора?
- 8 Сформулируйте одну из психологических моделей медиа-коммуникатора.

Вопросы к теме 4

- 1 Как связаны этапы развития цивилизации с развитием медиа в концепции М. Маклюэна?
- 2 Какие новые этапы в эволюции медиа можно констатировать?
- 3 Назовите тенденции развития «традиционных медиа».
- 4 Как влияют изменения «традиционных медиа» на психологию аудитории?
- 5 Как влияет распространение «новых медиа» на классическую модель коммуникации «коммуникатор-сообщение-канал-получатель»?
- 6 Каковы, на ваш взгляд, возможные перспективы изменений психологии восприятия и оценки сообщений масс-медиа?

Вопросы к теме 5

- 1 Каковы свойства массовой аудитории?

- 2 Какие параметры используются для изучения аудитории массмедиа?
- 3 Что такое диспозиционные, консумпционные закономерности медиааудитории?
- 4 Приведите примеры особенностей медиаповедения современной российской медиааудитории.
- 5 Что такое цикличность медиааудитории?
- 6 Что такое социальный стереотип? Какова роль стереотипизации в воздействии СМИ на аудиторию?
- 7 Охарактеризуйте сферу установок медиааудитории.
- 8 Проанализируйте различные подходы к изучению мотивов поведения аудитории СМК.

Вопросы к теме 6

- 1 В чем заключается различие понятий «сообщение» и «текст»?
- 2 Назовите основные характеристики медиатекста.
- 3 В чем заключается особенность гипертекста?
- 4 Какие функции выполняет гипертекст в современном медиа пространстве?
- 5 Сформулируйте основные характеристики новостей.
- 6 Как объясняет теория «повестки дня» конструирование реальности в сознании медиа аудитории?

Вопросы к теме 7

- 1 Опишите свойства психических познавательных процессов, их проявление в ходе массовой коммуникации.
- 2 Какова специфика познавательной сферы участников (субъектов) современной массовой коммуникации?
- 3 Проанализируйте собственные познавательные процессы на примере восприятия и понимания выбранного вами рекламного сообщения.

Примерный перечень вопросов к зачету для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Понятия коммуникации и массовой коммуникации.
- 2 Основные парадигмы в теории массовых коммуникаций: медиа-центрированная и человеко-центрированная.
- 3 Виды коммуникации: межличностная, публичная и массовая коммуникации.
- 4 Понятия «массмедиа», «средства массовой коммуникации» (СМК), «новые медиа».
- 5 Функции массовой коммуникации.
- 6 Модель коммуникационного процесса Г. Лассуэлла.
- 7 Двухступенчатая модель массовой коммуникации П. Лазарфельда и др. Психодинамическая модель влияния СМК К. Ховленда.
- 8 Теория когнитивного диссонанса Л. Фестингера и эффекты СМК.
- 9 Модель «повестки дня» М. Маккоумза и Д. Шоу.
- 10 Теория культивации (Дж. Гербнер, Л. Гросс, М. Морган, Н. Синьорелли).
- 11 Теория «полезности и удовлетворения потребностей» (Э. Кац, Г. Герцог, М. Миллер и др.) в интерпретации эффектов СМК.
- 12 Теория «кодирования / декодирования» (С. Холл).
- 13 Модель прайминга (А. Коллинз, Э. Лофтус, Р.Б. Фельсон, и др.).
- 14 Теория социального научения А. Бандуры.
- 15 Концепция конструктивизма в теории массмедиа (П. Бергер и Т. Лукман и др.).
- 16 Концепция электронных медиа М. Маклюэна.
- 17 Структура и функции коммуникатора в массовой коммуникации.
- 18 Особенности субъекта коммуникации в социальных сетях.
- 19 Психологические особенности личности коммуникатора как субъекта медиа-коммуникативной деятельности.
- 20 Специфика общения медиа-коммуникатора с аудиторией.

- 21 Общие закономерности и тенденции развития средств массовой коммуникации.
- 22 Психологические особенности прессы как медиаканала.
- 23 Психологические особенности радио как медиаканала.
- 24 Характеристика телевидения как медиаканала.
- 25 «Новые медиа», их роль в трансформации психологии аудитории массовой коммуникации.
- 26 Специфика аудитории массовой коммуникации.
- 27 Принципы образования и типология аудитории СМК.
- 28 Параметры исследования аудитории СМК.
- 29 Потребности, мотивы и мотивация медиа поведения.
- 30 Цикличность медиа аудитории.
- 31 Социальные стереотипы и установки медиа аудитории.
- 32 Сообщение как структурный элемент массовой коммуникации.
- 33 Понятие «медiateкст», классификация медiateкстов.
- 34 Визуализация и фрагментация сообщений «новых медиа».
- 35 Гипертекст как феномен массмедиа.
- 36 Соотношение понятий «событие», «факт», «новость».
- 37 Теория формирования повестки дня и конструирование социальной реальности СМК.
- 38 Система конкурирующих сообщений и манипуляция сознанием аудитории СМИ.
- 39 Приемы управления вниманием аудитории массмедиа.
- 40 Принцип гештальта в восприятии медиа сообщений.
- 41 Факторы, влияющие на процессы запоминания при обработке медиа сообщений.
- 42 Процессы кодирования и декодирования сообщения массмедиа.
- 43 Уровни восприятия и оценки (анализа) медiateкстов реципиентов СМК.
- 44 Роль воображения в понимании и интерпретации смысла медиа сообщений.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Для успешного освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» необходима систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины.

На лекции студентам рекомендуется записать план лекции, фиксировать основные понятия, идеи и проблемы, раскрываемые преподавателем на лекции, основные выводы лекции. Умение конспектировать услышанное на лекции является важнейшим методическим приемом освоения содержания дисциплины и обретения навыков логичного и аргументированного изложения мыслей.

После лекции рекомендуется прочитать конспект лекции и ознакомиться с содержанием учебно-методического пособия по изучению данного курса. В учебно-методическом пособии следует найти соответствующую лекции тему, изучить рекомендации по изучению темы и список литературы. Основной формой самостоятельной работы студента является изучение учебной литературы по данному курсу.

Самостоятельное изучение литературных источников с необходимостью предполагает использование различных видов записи:

- планов – наиболее кратких записей, содержащих лишь перечень рассматриваемых вопросов;
- тезисов – изложение в сжатой повествовательной форме основных положений изучаемого материала;
- выписок – дословного воспроизведения отдельных наиболее важных положений;
- конспектов – наиболее совершенных форм записей, где излагаются в логической последовательности основные положения какого-либо источника.

Конспект объединяет в себе и план, и тезисы, и выписки; он позволяет также выразить отношение того, кто конспектирует, к воспроизводимым положениям, раскрыть их методологическую и теоретическую значимость для изучаемого курса.

После подготовки конспекта по теме дисциплины следует дополнить его содержанием уже имеющийся конспект лекции. Как показывает практика преподавания, конспекты лекций чаще всего нуждаются в доработке в процессе самостоятельной работы студентов. Многие термины и имена, воспринимаемые на слух, зачастую искажаются при записи и должны быть исправлены самостоятельно.

На практическом занятии обучающийся должен продемонстрировать результаты освоения содержания данной темы в форме устных докладов, письменных ответов на предложенный тест или устных ответов на контрольные вопросы преподавателя. Важным ориентиром для освоения содержания дисциплины на практическом занятии служит заключительное слово преподавателя по рассматриваемой теме, а также комментарии преподавателя к отдельным студенческим докладам. Комментарии преподавателя содержат оценку не только содержания и формы выступлений, но и степени освоения докладчиками рекомендованной литературы, их умения самостоятельно мыслить.

При подготовке к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» решающее значение имеют результаты работы над освоением дисциплины в течение семестра. Конспекты лекций, дополненные конспектами самостоятельной работы, позволят обучающемуся в кратчайшие сроки повторить весь пройденный материал и успешно пройти аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

к.ф.н., доцент



Преображенская А.В..

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол №5 .