

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

Лейфа А.В. Лейфа

18 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с
общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 3 Семестр 5

Зачет 5 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель Н.А. Кора, доцент, канд. психол. наук

Факультет социальных наук

Кафедра психологии и педагогики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерством образования и науки РФ. от 08.06.17 № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры психологии и педагогики

01.04.2024 г. , протокол № 8

Заведующий кафедрой Лейфа А.В. Лейфа

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

18 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

18 апреля 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

дать общее представление о психологических закономерностях и особенностях протекания процессов массовой коммуникации в современных условиях.

Задачи дисциплины:

- развить способности к осуществлению социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- формировать способности учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

2. МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» входит в блок обязательных дисциплин.

Курс органично связан с другими дисциплинами учебного плана, непосредственно с курсами «Конфликтология», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Профессиональная этика». Освоение данной дисциплины необходимо для усвоения следующих дисциплин: «Технологии связей с общественностью в избирательной кампании», «Современная пресс-служба».

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИД-1 УК-3 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели ИД-2 УК-3 При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; ИД-3 УК-3 Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого; ИД-4 УК-3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели; ИД-5 УК-3 Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат.

3.2 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1 ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. ИД-2 ОПК-7 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

4. СТРУКТУРА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	5	4		4								13.8	Конспектирование первоисточников, написание реферата, эссе

2	Воздействие в массовых коммуникациях	5	4		4							20	Коллоквиум, составление презентации, решение кейс-задач, рубежный контроль
3	Массовые коммуникации и личность	5	6		4							20	Решение кейс-задач, конспектирование первоисточников, рубежный контроль
4	Массовые коммуникации и общество	5	4		4							20	Работа с первоисточниками, составление презентации, решение кейс-задач.
5	Зачет	5								0.2			
	Итого		18.0		16.0		0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	73.8	

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	Массовые коммуникации как социально-психологический феномен. Понятие и виды массовых коммуникаций. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. Теоретические подходы к исследованию массовых коммуникаций в психологии. Методы исследования массовых коммуникаций.
2	Воздействие в массовых коммуникациях	Понятие, структура и виды психологического воздействия. Механизмы и методы психологического воздействия в массовых коммуникациях.
3	Массовые коммуникации и личность	Воздействие средств массовых коммуникаций на когнитивную сферу личности: формирование с их помощью образа мира. Воздействие средств массовых коммуникаций на эмоциональную сферу.
4	Массовые коммуникации и общество	Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения. Воздействие средств массовых коммуникаций на общественно-политические процессы.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Массовые коммуникации как объект психологического	Модели массовых коммуникаций. Средства массовых коммуникаций. Методы исследования и

исследования.	психологической экспертизы продуктов массовых коммуникаций.
Воздействие в массовых коммуникациях.	Эффекты воздействия массовых коммуникаций. Проблема психологической безопасности воздействия массовых коммуникаций.
Массовые коммуникации и личность.	Воздействие средств массовых коммуникаций на поведение личности. Проблема последствий воздействия массовых коммуникаций на личность и общество.
Массовые коммуникации и общество.	Воздействие средств массовых коммуникаций на массовые и политические процессы. Воздействие средств массовых коммуникаций на межгрупповые отношения.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Массовые коммуникации как объект психологического исследования	выполнение домашних творческих заданий; написание эссе/рефератов; конспектирование первоисточников; составление мультимедийной презентации.	13.8
2	Воздействие в массовых коммуникациях	подготовка к деловой или ролевой игре по заранее известному сценарию; подготовка к разбору кейсов; подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов и компьютерных симуляций и т.п.	20
3	Массовые коммуникации и личность	подготовка к практическому занятию, проводимому в форме дискуссии; выполнение домашних творческих заданий; конспектирование первоисточников; подготовка к разбору кейс-задач.	20
4	Массовые коммуникации и общество	выполнение домашних творческих заданий; конспектирование первоисточников; составление мультимедийной презентации.	20

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Интегральную модель образовательного процесса по дисциплине формируют технологии методологического уровня: модульно-рейтинговое обучение, технология поэтапного формирования умственных действий, технология развивающего обучения, элементы технологии развития креативного мышления, самоуправление. На занятиях используются методы активного обучения: лекция с заранее запланированными ошибками (лекция-провокация), лекция с разбором конкретных ситуаций, мозговой штурм, деловые и ролевые игры.

Рекомендуется использование информационных технологий при организации

коммуникаций со студентами для представления информации, выдачи рекомендаций и консультирования по оперативным вопросам (электронная почта), использование мультимедиа-средств при проведении лекционных и практических занятий.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы к зачету (5 семестр)

Межличностная и массовая коммуникация: сходство и различия.

Виды каналов массовых коммуникаций. Структура массовых коммуникаций.

Функции массовых коммуникаций в современном обществе.

Бихевиоральные теории массовых коммуникаций.

Когнитивно-ориентированные теории массовых коммуникаций.

Теории баланса в исследованиях массовых коммуникаций.

Использование психоаналитических моделей в массовых коммуникациях.

Методы и направления исследований массовой коммуникации.

Социально-психологические механизмы воздействия массовых коммуникаций.

Использование законов научения в массовых коммуникациях.

Манипулятивное воздействие в массовых коммуникациях.

Приемы манипулятивного воздействия, используемые в рекламе.

Особенности коммуникатора, повышающие эффективности воздействия массовой коммуникации.

Особенности сообщения, повышающие эффективность воздействия массовых коммуникаций.

Воздействие средств массовой коммуникации на когнитивные процессы.

Формирование образа мира с помощью средств массовой коммуникации.

Специфика новостных сообщений в средствах массовой коммуникации и их эффективность.

Влияние средств массовой коммуникации на эмоциональные процессы.

Влияние средств массовой коммуникации на поведение аудитории.

Последствия демонстрации агрессии в средствах массовой коммуникации, условия ее влияния.

Последствия демонстрации откровенных сексуальных материалов в средствах массовой коммуникации.

Моделирование социально- одобряемого поведения с помощью средств массовой коммуникации.

Роль средств массовой коммуникации в оптимизации межгрупповых отношений.

Направление влияния средств массовой коммуникации в сфере политики.

Формирование имиджа политика с помощью средств массовой коммуникации.

Влияние средств массовой коммуникации на массовые процессы.

Методы психологической экспертизы продукции массовых коммуникаций.

9. УЧЕБНО- МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

а) литература

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// urait.ru/ bcode/535832](https://urait.ru/bcode/535832) (дата обращения: 02.04.2024).

2. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535874> (дата обращения: 02.04.2024).

3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование).

образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// urait.ru/ bcode/543101](https://urait.ru/bcode/543101) (дата обращения: 02.04.2024).

4. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543167> (дата обращения: 02.04.2024).

5. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539631> (дата обращения: 02.04.2024).

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Автоматизированная информационная библиотечная система «ИРБИС 64»	Лицензия коммерческая по договору №945 от 28 ноября 2011 года.
2	Электронная библиотечная система «IPRbooks» www.iprbookshop.ru	В ЭБС предоставлен доступ к изданиям по всем основным направлениям знаний (естественным, техническим, медицинским, общественным и гуманитарным наукам). ЭБС предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами
3	Электронная библиотечная система «Юрайт» https://urait.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГО-Сов.

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	eLIBRARY.RU	Российский информационно- аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования.
2	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	Информационная система, представляющая свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электрон- ной учебно- методической библиотеке для общего и профессионального образования
3	http://psylab.info	Энциклопедия психодиагностики. На портале собраны все диагностические и экспериментальные методы и методики, необходимые в работе, как практических психологов, так и пси- хологов- исследователей, биографии известных психологов, психологические статьи
4	https://www.b17.ru	Сайт содержит базу практических психологов, с перечнем вопросов, по которым они ведут кон- сультации. На сайте представлены также статьи практических психологов на актуальные темы,

		представлен перечень онлайн мероприятий, есть ссылки на профессиональные сообщества. Есть возможность онлайн общения с профессионалами, получения консультации или помощи в сфере профессиональной деятельности
5	http://psyrus.ru/rpo	Российское психологическое общество. Официальный сайт профессиональной корпорации психологов России

10. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Перечень материально- технического обеспечения включает: специально оборудованные кабинеты и аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть в Интернет), помещения для проведения практических занятий (оборудованные учебной мебелью), библиотека (имеющая рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет), компьютерные классы. В учебном процессе используется необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду университета.

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом и соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.