

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 11.09.2021 11:59:50  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет \_\_\_\_\_ экономики и сервиса \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ маркетинга, сервиса и туризма \_\_\_\_\_



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

экономики и сервиса

С. К. Ештугова

2021 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 Психология массовых коммуникаций

по направлению подготовки

бакалавров \_\_\_\_\_ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью \_\_\_\_\_

по профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

квалификация (степень)

выпускника \_\_\_\_\_ бакалавр \_\_\_\_\_

форма обучения \_\_\_\_\_ очная, заочная \_\_\_\_\_

год начала подготовки \_\_\_\_\_ 2021 \_\_\_\_\_

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

доцент, канд. ист. наук, доцент



Абрегова Н.В.

(должность, ученое звание, степень)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

Маркетинга, сервиса и туризма

---

(наименование кафедры)

Заведующий кафедрой  
«24» 08 2021г.



Кумпилова А. Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Одобрено научно-методической комиссией факультета  
(где осуществляется обучение)

«24» 08 2021г.

Председатель  
научно-методического  
совета направления (специальности)  
(где осуществляется обучение)



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Декан факультета  
(где осуществляется обучение)  
«24» 08 2021г.



Ешугова С.К.

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:  
Начальник УМУ  
«24» 08 2021г.



Чудесова Н.Н.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой  
по направлению (специальности)



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

## **1. Цели и задачи учебной дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является:

- формирование системы представлений о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации, знакомство студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности

Задачи дисциплины:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
- изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации

## **2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки**

Дисциплина «**Психология массовых коммуникаций**» относится к дисциплинам (модулям) части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения указанной дисциплины обучающиеся должны обладать теоретической подготовкой и практическими навыками по следующим дисциплинам: История, Русский язык и культура речи, Психология, Социология, Теория и практика рекламы и связей с общественностью,

Изучение дисциплины необходимо для дальнейшего изучения таких дисциплин, как: Организация продвижения продукции, Поведение потребителей, организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, организация рекламных и PR компаний и др.

## **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.

УК-3.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).

УК-3.3. Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.

УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства

взаимодействия с партнерами.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.

УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.

ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии

ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента.

ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.

ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать:** методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). Методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)

**Уметь:** - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-3). Разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)

**Владеть:** - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; - приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-3); умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятию, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		2	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>51,25/1,42</b>	<b>51,25/1,42</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	17/0,47	17/0,47	
Практические занятия (ПЗ)	34/0,94	34/0,94	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	-	-	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	0,25/0,007	0,25/0,007	
<b>Самостоятельная работа (СР) (всего)</b>	<b>92,75/2,58</b>	<b>92,75/2,58</b>	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	23/0,64	23/0,64	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	23/0,64	23/0,64	
2. Подготовка ответов на вопросы	23/0,64	23/0,64	
3. Решение тестовых заданий	23,75/0,66	23,75/0,66	
Курсовой проект (работа)	-	-	
<b>Контроль (всего)</b>			
Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>	-	-	
<b>Общая трудоемкость (часы/ з.е.)</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>	

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часов).

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестры	
		2	
<b>Контактные часы (всего)</b>	<b>14,25/0,39</b>	<b>14,25/0,39</b>	
В том числе:			
Лекции (Л)	6/0,17	6/0,17	

Практические занятия (ПЗ)	8/0,22	8/0,22	
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	
Контактная работа в период аттестации (КРАТ)	0,25/0,007	0,25/0,007	
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	-	-	
<b>Самостоятельная работа (СР) (всего)</b>	<b>126/3,5</b>	<b>126/3,5</b>	
В том числе:			
Расчетно-графические работы	-	-	
Реферат	-	-	
<i>Другие виды СР (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>			
1. Составление плана-конспекта	42/1,17	42/1,17	
2. Подготовка ответов на вопросы	42/1,17	42/1,17	
3. Решение тестовых заданий	42/1,17	42/1,17	
Курсовой проект (работа)	-	-	
<b>Контроль (всего)</b>	<b>3,75/0,10</b>	<b>3,75/0,10</b>	
Форма промежуточной аттестации: <b>зачет</b>	<b>3,75/0,10</b>	<b>3,75/0,10</b>	
<b>Общая трудоемкость (часы/ з.е.)</b>	<b>144/4</b>	<b>144/4</b>	

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
<b>2 семестр</b>									
1.	Тема 1. Массовая коммуникация как форма опосредствованного общения	1-2	2	4	-	-	-	10	Блиц-опрос Тестирование
2.	Тема 2. Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	3-4	2	4	-	-	-	11	Блиц-опрос Тестирование
3.	Тема 3. Методы исследования массовой коммуникации	5	1	2	-	-	-	15	Блиц-опрос Тестирование
4.	Тема 4. Личность как объект социально-психологических исследований	6-7	2	4	-	-	-	20	Блиц-опрос Тестирование

5.	Тема 5. Средства (каналы) массовой коммуникации	8-9	2	4	-	-	-	20	Блиц-опрос Тестирование
6	Тема 6. Коммуникатор как субъект СМИ	10- 11	2	4					Блиц-опрос Тестирование
7	Тема 7. Эффективность массовой коммуникации	12- 13	2	4					Блиц-опрос Тестирование
8	Тема 8. Психология внимания в массовой коммуникации	14- 16	2	4					Блиц-опрос Тестирование
9	Тема 9. Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации	16- 17	2	4					Блиц-опрос Тестирование
10	Промежуточная аттестация		-	-		0,25		-	зачет
	ИТОГО:		17	34		0,25		92,75	

## 5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)					
		Л	ПЗ	КРАг	СРП	Контроль	СР
1.	Тема 1. Массовая коммуникация как форма опосредствованного общения	1		-	-	-	14
2.	Тема 2. Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	1	1	-	-	-	14
3.	Тема 3. Методы исследования массовой коммуникации		1	-	-	-	14
4.	Тема 4. Личность как объект социально-психологических исследований	1	1	-	-	-	14
5.	Тема 5. Средства (каналы) массовой коммуникации		1	-	-	-	14
6	Тема 6. Коммуникатор как субъект СМИ		1				14
7	Тема 7. Эффективность массовой коммуникации	1	1				14
8	Тема 8. Психология внимания в массовой коммуникации	1	1				14
9	Тема 9. Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации	1	1				14
10.	Промежуточная аттестация зачет	-	-				-
	ИТОГО:	6	8	0,25		3,75	126





5.3. Содержание разделов дисциплины «Коммуникационный менеджмент», образовательные технологии  
Лекционный курс

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы / зач. ед.)		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
Тема 1.	Массовая коммуникация как форма опосредствованного общения	2/0,05	1/0,03	Категории «общение», «коммуникация», «воздействие». Общение и коммуникация. Стороны общения. Параметры процессов общения. Функции коммуникации. Коммуникативное сообщение. Стратегии и способы психологического воздействия. Виды воздействия. Способы воздействия. Особенности межличностного общения, требования к межличностной коммуникации, различия опосредствованного и межличностного общения структурная модель МК. Основные особенности массовой коммуникации. Модель коммуникативного акта,	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков.	Слайд-лекции

				<p>опосредованного телевидением. Факторы, влияющие на коммуникативное сообщение.</p> <p>Функции массовой коммуникации.</p> <p>Социальные и социально-психологические функции МК.</p>		<p>Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-3). - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; - приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-3);</p>
--	--	--	--	--	--	--

						<p>- умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Тема 2.	Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	2/0,05	1/0,03	Подходы к исследованию МК. Социологический, общепсихологический и социально-психологический подходы. Зарождение и развитие зарубежных и отечественных исследова-	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса,</p>	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

			<p>ний массовой коммуникации. Основные характеристики исследований МК. Теоретические и эмпирические исследования. Их особенности Исследования МК в не-обихевиоризме модель убеждающей коммуникации, теория социального научения), когнитивизме (концепция «использование удовлетворение», теория культивации, концепция «установления повестки дня», когнитивные теории убеждающей коммуникации), социальном конструкционизме (конструкционистские модели массовой коммуникации).</p>	<p>основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). методика выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; -</p>
--	--	--	---	--

					<p>формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-3). - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного</p>
--	--	--	--	--	--

						аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 3.	Методы исследования массовой коммуникации	1/0,03		Количественные и качественные методы исследования. Проблема репрезентативности и выборка. Количественные методы исследования СМИ: медиаметрия, контент-анализ, опрос: анкета и интервью, наблюдение, тесты, эксперимент. Качественные методы: метод фокус-групп, мета-анализ, дискурс-анализ	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)



					<p>коммуникации (УК-4)  Различия, структуру рынков.  Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно</p>
--	--	--	--	--	---

					<p>отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной</p>
--	--	--	--	--	--

						точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 4.	Личность как объект социально-психологических исследований	2/0,05	1/0,03	<p>Коллективистские и индивидуалистиче- ские культуры иссле- дования личности.</p> <p>Биосоциальный и биофизический под- ходы. Американский подход.</p> <p>Структура самосозна- ния личности. Поня- тие Я- концепция.</p> <p>Уровни самосозна- ния.</p> <p>Коммуникативные аспекты Я-концеп- ции.</p> <p>Роли, конститу- ирующие Я-концеп- цию.</p> <p>Структурное описание взаимодей- ствия.</p>	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4)</p> <p>Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения</p>	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

					<p>лингвистической задачи; - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества участников</p> <p>социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-3). - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников</p> <p>социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать</p>	
--	--	--	--	--	---	--

					<p>с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)	
Тема 5.	Средства (каналы) массовой коммуникации	2/0,05		<p>Возникновение и развитие СМИ. Печать. Радио. Телевидение. Интернет. Закономерности развития каналов СМИ. Особенности функционирования и восприятия различных СМИ.</p> <p>Сравнительная характеристика достоинств и недостатков различных каналов СМИ.</p> <p>Потребление и предпочтения различных каналов СМИ</p>	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4)</p> <p>Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных</p>	Слайд-лекции, деловая игра

					<p>процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для</p>	
--	--	--	--	--	--	--

						<p>достижения поставленной цели; - приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-3); - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--



Тема 6	Коммуникатор как субъект СМИ	2/0,05	<p>Человек перед телекамерой и микрофоном. Образ коммуникатора. Социально-демографические характеристики коммуникатора. Профессиональные роли. Гендерные (полоролевые) характеристики коммуникатора. Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора. Характеристики внешности. Коммуникативные характеристики. Внутренние, личностные характеристики (знания, интеллект, эмоциональность, профессиональное мастерство, моральные ценности и т.п). Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора. Социально-психологические модели коммуникатора. Эмпирические исследования восприятия Коммуникатора в СМИ</p>	<p>УК-3 УК-4 ПКУВ-3</p>	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными)</p>	<p>Слайд-лекции, деловая игра</p>
--------	------------------------------	--------	--	---------------------------------	--	-----------------------------------

				<p>Вос- приятие коммуника- тора разными соци- альными группами          Восприятие комму- никаторов в различ- ных тематических те- лепередачах</p>		<p>партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>деятельности. (ПКУВ-3)  <b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4).          Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Тема 7	Эффективность массовой коммуникации	2/0,05	1/0,03	Понятие «эффективность СМИ». Основные этапы исследования эффективности СМИ Смена подхо-	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения</p>	Лекции-беседы, интерактивные методы обучения (мозговой штурм)

			<p>дов к исследованию эффективности СМИ. Типы и показатели эффективности СМИ психологические эффекты массовой коммуникации: утилитарный эффект; престижный эффект; эффект усиления позиции; эффект удвоения познавательного интереса; эмоциональный эффект; эстетический эффект; эффект комфорта.</p>	<p>заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества участников</p>
--	--	--	---	---

					<p>социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-3). - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников</p> <p>социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и</p>	
--	--	--	--	--	---	--

						<p>связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Тема 8	Психология внимания в массовой	2/0,05	1/0,03	Динамичность внимания. Объем внима-	УК-3 УК-4	<b>Знать:</b> методики выстраивания	

	коммуникации		<p>Интенсивность внимания. Устойчивость внимания. Способы привлечения внимания аудитории: уникальность информации, новизна, непривычность, движение объекта (предмета), повтор информации. контрастность раздражителей по отношению к фону, нарушение привычной размерности, актуальность информации, эмоциональность информации, содержание информации, субъективная значимость информации. Психическое состояние человека.</p> <p>Престижность информации. Прорыв в чужой источник информации. Эффект сопричастности к человеческому обществу. Сезонные колебания внимания к проблемам. Уплотне-</p>	ПКУВ-3	<p>последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации. (УК-3). методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными)</p>	
--	--------------	--	--	--------	--	--

				<p>ние сообщени</p>	<p>партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной</p>	
--	--	--	--	---------------------	--	--



						<p>деятельности. (ПКУВ-3)  <b>Владеть:</b> - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4).          Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения. Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
Тема 9	Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации	2/0,05	1/0,03	Закон транс-позиции. Закон близости. Закон замыкания. Закон антропоморфизма. Приемы расчленения инфор-	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p><b>Знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата</p>	Слайд-лекции, деловая игра

			<p>мации. Временное расчленение информации. Пространственное расчленение Жанровое расчленение. Этапы восприятия и возникающие на них помехи. Ограниченная эффективность информационного воздействия Особенности восприятия как психического процесса.</p>	<p>(решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации (УК-4) Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p><b>Уметь:</b> - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; разрабатывать командную стратегию; на практике выявить значимые качества участников социокультурного</p>	
--	--	--	---	--	--

					<p>взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности (УК-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p><b>Владеть:</b> умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; - приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-3); - умением анализировать, проектировать и организовывать</p>	
--	--	--	--	--	--	--

						<p>межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях (УК-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ. (ПКУВ-3)</p>	
	Итого:	17/0,47	6/0,17				

5.4. Практические и семинарские занятия, их наименование, содержание и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
1.	Тема 1. Массовая коммуникация как форма опосредствованного общения	Особенности меж-личностного общения, требования к межличностной коммуникации, различия опосредствованного и межличностного общения структурная модель МК. Основные особенности массовой коммуникации. Модель коммуникативного акта, опосредствованного телевидением. Факторы, влияющие на коммуникативное сообщение. Функции массовой коммуникации. Социальные и социально-психологические функции МК	4/0,11	-
2.	Тема 2. Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	Подходы к исследованию МК. Социологический, общепсихологический и социально-психологический подходы. Зарождение и развитие зарубежных и отечественных исследований массовой коммуникации. Основные характеристики исследований МК. Теоретические и эмпирические исследования. Их особенности Исследования МК в не-обихевиоризме модель убеждающей коммуникации, теория социального научения), когнитивизме (концепция «использование удво-влетворение», теория культивации, концепция «установления повестки дня», когнитивные теории убеждающей коммуникации), социальном конструкционизме (конструкционистские модели массо-	4/0,11	1/0,03

		вой коммуникации		
3.	Тема 3. Методы исследования массовой коммуникации	Количественные и качественные методы исследования. Проблема репрезентативности и выборка. Количественные методы исследования СМИ: медиаметрия, контент-анализ, опрос: анкета и интервью, наблюдение, тесты, эксперимент. Качественные методы: метод фокус-групп, мета-анализ, дискурс-анализ	2/0,05	1/0,03
4.	Тема 4. Личность как объект социально-психологических исследований	Коллективистские и индивидуалистические культуры исследования личности. Биосоциальный и биофизический подходы. Американский подход. Структура самосознания личности. Понятие Я-концепция. Уровни самосознания. Коммуникативные аспекты Я-концепции. Роли, конституирующие Я-концепцию	4/0,11	1/0,03
5.	Тема 5. Средства (каналы) массовой коммуникации	Возникновение и развитие СМИ. Печать. Радио. Телевидение. Интернет. Закономерности развития каналов СМИ. Особенности функционирования и восприятия различных СМИ. Сравнительная характеристика достоинств и недостатков различных каналов СМИ. Потребление и предпочтения различных каналов СМИ	4/0,11	1/0,03
6.	Тема 6. Коммуникатор как субъект СМИ	Человек перед телекамерой и микрофоном. Образ коммуникатора. Социально-демографические характеристики коммуникатора. Профессиональные роли. Гендерные (полоролевые) характеристики коммуникатора. Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора Характеристики	4/0,11	1/0,03

		<p>внешности. Коммуникативные характеристики. Внутренние, личностные характеристики (знания, интеллект, эмоциональность, профессиональное мастерство, моральные ценности и т.п). Коммуникативная ситуация и</p> <p>формы подачи коммуникатора  Социально-психологические модели коммуникатора  Эмпирические исследования восприятия коммуникатора в СМИ  Восприятие коммуникатора разными социальными группами  Восприятие коммуникаторов в различных тематических телепередачах</p>		
7.	Тема 7. Эффективность массовой коммуникации	<p>Понятие «эффективность СМИ». Основные этапы исследований эффективности СМИ  Смена подходов к исследованию эффективности СМИ.  Типы и показатели эффективности СМИ  психологические эффекты массовой коммуникации: утилитарный эффект; престижный эффект; эффект усиления позиции; эффект удовлетворения познавательного интереса; эмоциональный эффект; эстетический эффект; эффект комфорта.</p>	4/0,11	1/0,03
8.	Тема 8. Психология внимания в массовой коммуникации	<p>. Динамичность внимания.  Объем внимания.  Интенсивность внимания.  Устойчивость внимания. Способы привлечения внимания аудитории: уникальность информации, новизна, непривычность, движение объекта (предмета), повтор информации.</p>	4/0,11	1/0,03

		контрастность раздражителей по отношению к фону, нарушение привычной размерности, актуальность информации, эмоциональность информации, содержание информации, субъективная значимость информации. Психическое состояние человека.  Престижность информации. Прорыв в чужой источник информации. Эффект сопричастности к человеческому обществу. Сезонные колебания внимания к проблемам. Уплотнение сообщений		
9.	Тема 9. Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации	Законы восприятия информации Закон константности восприятия. Закон транспозиции. Закон близости. Закон замыкания. Закон антропоморфизма. Приемы расчленения информации. Временное расчленение информации. Пространственное расчленение Жанровое расчленение. Этапы восприятия и возникающие на них помехи. Ограниченная эффективность информационного воздействия Особенности восприятия как психического процесса.	4/0,11	1/0,03
	Итого		34/0,94	8/0,22

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах  
Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ)  
Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

5.7. Самостоятельная работа студентов  
Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО
1.	Тема 1. Массовая коммуникация как форма	Анализ литературных источников, подготовка к		10/0,28	14/0,39



	опосредствованного общения	практическим занятиям, написание выступления			
2.	Тема 2. Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
3.	Тема 3. Методы исследования массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
4.	Тема 4. Личность как объект социально-психологических исследований	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
5.	Тема 5. Средства (каналы) массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
6.	Тема 6. Коммуникатор как субъект СМИ	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
7.	Тема 7. Эффективность массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
8.	Тема 8. Психология внимания в массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		10/0,28	14/0,39
9.	Тема 9. Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации	Анализ литературных источников, подготовка к практическим занятиям, написание выступления		12,75/ 0,35	14/0,39
	ИТОГО:	-	-	92,75/2,58	126/3,5

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

#### 6.1. Методические указания

1. Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очной и заочной формы обучения специальности 030602 Связи с общественностью по дисциплине "Социология массовой коммуникации" / Минобрнауки России, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. нов. соц. технологий, Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью ; [сост.: Е.А. Панина, С.М. Сташ]. - Майкоп : Магарин О.Г., 2013. - 152 с. - Прил.: с. 143-150. - Библиогр.: с. 135

2. Сташ, С.М. (Майкопский государственный технологический университет). Русский язык и культура речи : учебное пособие для студентов технических вузов / С.М. Сташ ; М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Каф. сервиса, туризма и связей с общественностью. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 120 с. - Библиогр.:

с. 117-118

3. Методические рекомендации по изучению курса "Русский язык и культура речи" для студентов технических вузов / Федер. агентство по образованию Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. новых соц. технологий, Каф. коммуникации и связей с общественностью ; [сост.: С.М. Сташ, Т.В. Хачатурова]. - Майкоп : Глобус, 2009. - 68 с. - Библиогр.: с. 66

#### 6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация [Электронный ресурс]: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 286 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/552644>

2. Папкина, О.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Папкина О.В. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2017. - 160 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566178>

3. Кривокопа, Е.И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.И. Кривокопа. - М.: Инфра-М, 2016. - 190 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518602>

4. Ясинская, М.Б. Интенсивный тренинг по дисциплине «Речевая коммуникация» [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Б. Ясинская. - М.: Московский гуманитарный университет, 2015. - 68 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50666.html>

5. Барышников, Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>

6. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / сост. Т.И. Сахнюк. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514137>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

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

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

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
------	---

УК-3.1	Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде
УК-3.2	Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).
УК-3.3	Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата
УК-3.4	Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды
Б1.В.ДВ.01.01	Психология массовых коммуникаций
Б1.В.ДВ.01.02	Коммуникационный менеджмент
Б1.О.10	Социология
Б2.В.01(П)	Профессионально-творческая практика
Б2.О.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика
Б2.О.02(П)	Преддипломная практика
Б3.О.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
Б3.О.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-4.1	Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами
УК-4.2	Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.3	Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.
УК-4.4	Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.
УК-4.5	Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно
Б1.В.14	Современная пресс-служба
Б1.В.ДВ.01.01	Психология массовых коммуникаций

	Б1.В.ДВ.01.02	<b>Коммуникационный менеджмент</b>
	Б1.В.ДВ.02.01	Тренинг делового общения
	Б1.В.ДВ.02.02	Тренинг ораторского искусства
	Б1.В.ДВ.07.01	Технологии управления общественным мнением
	Б1.В.ДВ.07.02	Социология массовых коммуникаций
	Б1.О.05	Русский язык и культура речи
	Б1.О.06	Иностранный язык
	Б1.О.07	Адыгейский язык
	Б1.О.22	Основы теории коммуникации
	Б1.О.29	Иностранный язык профессионального общения
	Б2.В.01(П)	Профессионально-творческая практика
	Б2.О.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика
	Б2.О.02(П)	Преддипломная практика
	Б3.О.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
	Б3.О.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	ПКУВ-3	Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии
	ПКУВ-3.1	Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента
	ПКУВ-3.2.	Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.
	Б1.В.03	Поведение потребителей
	Б1.В.05	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
	Б1.В.08	Разработка и технологии производства рекламного и PR- продукта
	Б1.В.ДВ.01.01	Психология массовых коммуникаций
	Б1.В.ДВ.01.02	<b>Коммуникационный менеджмент</b>
	Б1.В.ДВ.05.01	Интернет- маркетинг
	Б1.В.ДВ.05.02	Управление репутацией в сети Интернет
	Б1.В.ДВ.08.01	Мотивация в рекламе
	Б1.В.ДВ.08.02	Мерчандайзинг
	Б1.О.22	Основы теории коммуникации
	Б1.О.27	Основы маркетинга
	Б2.В.01(П)	Профессионально-творческая практика
	Б2.О.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика
	Б2.О.02(П)	Преддипломная практика
	Б3.О.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
	Б3.О.02	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
	ФТД.В.02	Прикладной маркетинг



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

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.</p> <p>УК-3.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).</p> <p>УК-3.3. Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.</p> <p>УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.</p>					
<p><b>знать:</b> методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи); системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации.</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
<p><b>уметь:</b> разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи; - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели; - разрабатывать командную стратегию; -на практике выявить значимые качества</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности					
<b>владеть:</b> умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели; - приемами и методами эффективной коммуникации для совместной деятельности и отношений на личностном и групповом уровнях	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.</p> <p>УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.</p> <p>УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.</p> <p>УК-4.5 Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно</p>					

<p><b>знать:</b> основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;</p>	<p>Фрагментарные знания</p>	<p>Неполные знания</p>	<p>Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания</p>	<p>Сформированные систематические знания</p>	<p>Устный опрос, тестовые задания, экзамен</p>
<p><b>уметь:</b> вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; представлять свою точку зрения при деловом общении и в публичных выступлениях;</p>	<p>Частичные умения</p>	<p>Неполные умения</p>	<p>Умения полные, допускаются небольшие ошибки</p>	<p>Сформированные умения</p>	
<p><b>владеть:</b> современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. - навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	



современных коммуникативных технологий					
<p>ПКУВ-3. Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии</p> <p>ПКУВ-3.1. Применяет алгоритмы планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента.</p> <p>ПКУВ-3.2. Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах.</p> <p>ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий.</p>					
<p><b>знать:</b> Различия, структуру рынков. Этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки</p>	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос, тестовые задания, экзамен
<p><b>уметь:</b> Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выразить мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение. Реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

<p><b>владеть:</b> Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановок цели и выбору путей ее достижения. Навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения</p> <p>Базовыми моделями взаимоотношений СО со СМИ.</p>	<p>Частичное владение навыками</p>	<p>Несистематическое применение навыков</p>	<p>В систематическом применении навыков допускаются пробелы</p>	<p>Успешное и систематическое применение навыков</p>	
--	------------------------------------	---	---	--	--

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

### Тестовые задания

1. Одной из особенностей общения в условиях массовой коммуникации является....
    - А) непосредственность общения;
    - Б) опосредованность общения;
    - В) свобода общения;
    - Г) масштаб общения.
  2. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна.....обратная связь.
    - А) отсроченная;
    - Б) прямая;
    - В) косвенная;
    - Г) латентная.
  3. Для общения в условиях массовой коммуникации характерна...
    - А) массовость субъектов общения;
    - Б) единичность субъектов общения;
    - Г) отсутствие субъектов общения;
    - Д) отсутствие объектов общения.
  4. К видам внимания не относится....
    - А) произвольное;
    - Б) непроизвольное;
    - В) послепроизвольное;
    - Г) глубокое.
  5. «Психологическое состояние предрасположенности субъекта к определенной активности в определенной ситуации» называется...
    - А) установкой;
    - Б) стереотипом;
    - В) ощущением;
    - Г) восприятием.
  6. Автором термина «стереотип» являлся...
    - А) У. Липман;
    - Б) З. Фрейд;
    - В) К. Юнг;
    - Г) Р. Харрис.
  7. «Слухи, не просто вызывающие выраженные эмоционально негативные настроения и состояния, отражающие некоторые актуальные нежелательные ожидания аудитории, в которой они возникают и распространяются, а конкретно направленные на стимулирование агрессивного эмоционального состояния и вполне определенного поведенческого «ответа», жесткого агрессивного действия» называются...
    - А) паническими;
    - Б) агрессивными;
    - В) пугалами;
    - Г) экспрессивными.
- 72
8. К видам слухов не относят...
    - А) агрессивные слухи;
    - Б) субъективные слухи;

- В) слухи-пугало;  
Г) слухи-желания.
9. К видам слухов относят...
- А) слух-желание;  
Б) субъективный слух;  
В) объективный слух;  
Г) проективный слух.
10. К особенностям циркуляции слухов не относят...
- А) сглаживание;  
Б) заострение;  
В) адаптацию;  
Г) консервацию.
11. К особенностям циркуляции слухов относят...
- А) адаптацию;  
Б) активацию;  
В) авторизацию;  
Г) дезактивацию.
12. «Ложную или истинную, проверенную или не поддающуюся проверке (и в этом случае обычно маловероятную), неполную, пристрастную, но правдоподобную информацию о делах, которые рассматриваются как личные, но могут иметь широкий социальный резонанс, и об обстоятельствах, касающихся достаточно закрытых сторон жизни сравнительно замкнутых, элитных социальных групп» называют...
- А) сплетней;  
Б) стереотипом;  
В) установкой;  
Г) слухом.
13. «Контактная внешне не организованная общность, отличающаяся высокой степенью конформизма составляющих ее индивидов, действующих крайне эмоционально и единодушно» называется...
- А) толпой;  
Б) массой;  
В) публикой;  
Г) коллективом.
14. К типу толпы не относится...
- А) экспрессивная;  
Б) действующая;  
В) случайная;  
Г) специальная.
- 73
15. К типу толпы относится...
- А) экспрессивная;  
Б) специальная;  
В) латентная;  
Г) профессиональная.
16. Термин «паника» имеет ... происхождение.
- А) римское;  
Б) советское;  
В) греческое;  
Г) американское.
17. Термин «катарсис» был введён...
- А) Платоном;

- Б) Демокритом;
  - В) Аристотелем;
  - Г) Цицероном.
18. Десенсибилизация связана с ...
- А) понижением чувствительности к насилию;
  - Б) повышению чувствительности к насилию;
  - В) не повторением насилия в жизни;
  - Г) повторением насилия в жизни.
19. «Множество людей, движимых гневом и злобой, стремящихся к уничтожению, разрушению, убийствам» - это...
- А) агрессивная толпа;
  - Б) экспрессивная толпа;
  - В) паническая толпа;
  - Г) экстатическая толпа.
20. ... толпа состоит из людей, объединенных желанием добыть или вернуть себе некие ценности.
- А) экспрессивная;
  - Б) стяжательская;
  - В) агрессивная;
  - Г) паническая.

### **Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Массовая коммуникация как социально-психологическое явление
2. Массовая коммуникация: понятие, особенности, место и роль в современном обществе.
3. Специфика массовой коммуникации, функции средств массовой коммуникации.
4. История изучения проблемы «массовой коммуникации» в современной науке.
5. Социально-психологические особенности отдельных видов массовой коммуникации. Сравнительный анализ аудитории различных СМК.
6. Базовые модели массовой коммуникации, модели процесса убеждения.
7. Особенности передачи и восприятия информации в процессе МК.
8. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации.
9. Психологические процессы и состояния в массовой коммуникации.
10. Массовое сознание как социальный феномен.
11. Психология толпы и масс.
12. Основные эффекты массовой коммуникации.
13. Методы психологического воздействия в массовой коммуникации.
14. Эффективность массовой коммуникации. Оценка эффективности МК
15. Реклама как процесс массовой коммуникации. Психологические аспекты рекламы
16. Психотехнологии в рекламной деятельности.
17. Психологические критерии эффективности рекламы.
18. Психология слухов и предрассудков.
19. Каналы распространения слухов и предрассудков. Роль СМИ в распространении слухов и предрассудков.
20. мода как социально-психологический феномен.
21. Психологические аспекты функционирования моды.
22. Мифы в системе коммуникации.
23. Знаки, символы и эмблемы в коммуникационном процессе: место, роль, функции.

24. Символика коммуникационного процесса различных сфер общественной жизни.
  25. Символика и эмблематика в корпоративном имидже.
  26. Понятие творчества. Основные проблемы психологии творчества.
  27. Диагностика творческих способностей. Творческое мышление и творческие способности. Развитие творческих способностей.
  28. Психологический и социально-психологический аспекты изучения массовой коммуникации.
  29. Методология и методы изучения МК.
  30. Оценка эффективности МК.
- 7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Требования к выполнению тестового задания**

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность – систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;
- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

### **Критерии оценки знаний при проведении тестирования**

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70 % тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

### **Критерии оценки знаний студентов на зачете**

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; самостоятельно, логично и последовательно излагает и

интерпретирует материалы учебного курса; полностью раскрывает смысл предлагаемого вопроса; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изложения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные основные и дополнительные вопросы; при условии отсутствия ответа на основной и дополнительный вопросы.

## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 8.1. Основная литература

7. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация [Электронный ресурс]: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 286 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/552644>
8. Папкова, О.В. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Папкова О.В. - М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2017. - 160 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/566178>
9. Кривокора, Е.И. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.И. Кривокора. - М.: Инфра-М, 2016. - 190 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518602>
10. Ясинская, М.Б. Интенсивный тренинг по дисциплине «Речевая коммуникация» [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.Б. Ясинская. - М.: Московский гуманитарный университет, 2015. - 68 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/50666.html>
11. Барышников, Н.В. Основы профессиональной межкультурной коммуникации [Электронный ресурс]: учебник / Н.В. Барышников. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. - 368 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=408974>
12. Деловые коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие / сост. Т.И. Сахнюк. – Ставрополь: СтГАУ, 2013. – 92 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514137>

### 8.2. Дополнительная литература

13. Стилистика и культура русской речи [Электронный ресурс]: учебник / Т.Я. Анохина и др.; под ред. Т.Я. Анохиной. - М.: Форум: ИНФРА-М, 2013. - 320 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391714>
14. Эффективное речевое общение (базовые компетенции) [Электронный ресурс]: словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. - Красноярск: Изд-во Сибирского федерального университета, 2012. - 882 с. - ЭБС «Znanium.com» - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=492124>
15. Гринева, М.С. Коммуникативный кодекс речевого общения [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.С. Гринева. - Саратов: Вузовское образование, 2018. - 65 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74964.html>
16. Богданова, Ю.З. Тренинг профессионально-ориентированных риторики, дискуссии и общения [Электронный ресурс]: практикум / Ю.З. Богданова. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 131 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/71593.html>

17. Титова, Л.Г. Технологии делового общения [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов / Л.Г. Титова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - ЭБС «IPRbooks» - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52576.html>

### 8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).
3. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
4. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
6. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
7. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
8. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)



## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Массовая коммуникация как форма опосредствованного общения	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 2. Подходы к исследованию социально-психологических исследований массовой коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	Ук-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 3. Методы исследования массовой коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 4. Личность как объект социально-психологических исследований	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление,	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3

	проверка знаний, умений навыков	систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)		
Тема 5. Средства (каналы) массовой коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 6. Коммуникатор как субъект СМИ	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 7. Эффективность массовой коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3
Тема 8. Психология внимания в массовой коммуникации	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	УК-3 УК-4 ПКУВ-3

<p>Тема 9. Процесс восприятия и его особенности в массовой коммуникации</p>	<p>Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков</p>	<p>Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)</p>	<p>Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия</p>	<p>УК-3 УК-4 ПКУВ-3</p>
---	---	---	---	---------------------------------

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, позволяют:

- организовать процесс образования путем визуализации изучаемой информации посредством использования презентаций, учебных фильмов;
- контролировать результаты обучения на основе компьютерного тестирования;
- автоматизировать расчеты аналитических показателей, предусмотренные программой научно-исследовательской работы;
- автоматизировать поиск информации посредством использования справочных систем.

### 10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Наименование программного обеспечения, производитель	Реквизиты подтверждающего документа (№ лицензии, дата приобретения, срок действия)
Операционная система «Windows»	Договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015
Adobe Reader 9	Бесплатно, бессрочный
K-Lite Codec Pack, Codec Guide	Бесплатно, бессрочный
7-zip.org	GNU LGPL
Офисный пакет WPSOffice	Свободно распространяемое ПО

### 10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

1. Электронная библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru/>)
2. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>).

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>)
6. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

## 11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

### 11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<b>Специальные помещения</b>		
<p>Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: ауд. 3-13 Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p> <p>Аудитория для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 3-12. Адрес: Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p> <p>Читальный зал: ул.Первомайская,191,3 этаж</p> <p>Лаборатория научно-методического проектирования Ул. Пушкина,177, корпус 3 МГТУ</p>	<p>Оснащена: специализированная мебель, 16 посадочных мест, компьютерное и мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук)</p> <p>Оснащена: специализированная мебель, проектор, ноутбук</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <p>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;</p> <p>3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</p> <p>4. Офисный пакет «WPSoffice»;</p> <p>5. Программа для работы с архивами «7zip»;</p> <p>6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>
<b>Помещения для самостоятельной работы</b>		
<p>Учебные аудитории для самостоятельной работы; читальный зал: ул.Первомайская,191, 3этаж</p>	<p>Переносное мультимедийное оборудование, доска, мебель для аудиторий, компьютерный класс на 15 посадочных мест, оснащенный компьютерамиPentium с выходом в Интернет</p>	<p>1. Операционная система «Windows», договор 0376100002715000045-0018439-01 от 19.06.2015; свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <p>2. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «VLCmediaplayer»;</p> <p>3. Программа для воспроизведения аудио и видео файлов «K-litecodec»;</p> <p>4. Офисный пакет «WPSoffice»;</p> <p>5. Программа для работы с архивами «7zip»;</p> <p>6. Программа для работы с документами формата .pdf «Adobereader».</p>

**Дополнения и изменения в рабочей программе**

на \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ учебный год

В рабочую программу

\_\_\_\_\_ (наименование дисциплины)

По направлению  
подготовки бакалавров

По профилю подготовки \_\_\_\_\_

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес \_\_\_\_\_

(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_ (наименование кафедры)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

