

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Куижева Саида Казбековна
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.09.2021 14:54:50
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. Ешугова

» мая 20 20 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 _____ 2020 _____

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
«25» 05 2020г.



Кумпилова А. Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Одобрено научно-методической комиссией факультета
(где осуществляется обучение)

«25» 05 2020г.

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



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Декан факультета
(где осуществляется обучение)
«25» 05 2020г.



Ешугова С.К.

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:
Начальник УМУ
«25» 05 2020г.



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 пытаюсь 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	
Контактные часы (всего)	51,25/1,42	51,25/1,42	
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	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	92,75/2,58	92,75/2,58	
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)	-	-	
Контроль (всего)			
Форма промежуточной аттестации: зачет	-	-	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

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	
Контактные часы (всего)	14,25/0,39	14,25/0,39	
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)	-	-	
Самостоятельная работа (СР) (всего)	126/3,5	126/3,5	
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)	-	-	
Контроль (всего)	3,75/0,10	3,75/0,10	
Форма промежуточной аттестации: зачет	3,75/0,10	3,75/0,10	
Общая трудоемкость (часы/ з.е.)	144/4	144/4	

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	
2 семестр									
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	КРАТ	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	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.	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>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</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>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);</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>Знать: 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). 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)</p> <p>Уметь: 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>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-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	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	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>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-4). Взаимодействовать с различными целевыми группами. Выражать 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>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-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 индивидуалистические культуры исследования личности.</p> <p>Биосоциальный и биофизический подходы. Американский подход.</p> <p>Структура самосознания личности. Понятие Я-концепция.</p> <p>Уровни самосознания.</p> <p>Коммуникативные аспекты Я-концепции.</p> <p>Роли, конституирующие Я-концепцию.</p> <p>Структурное описание взаимодействия.</p>	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p>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-4)</p> <p>Различия, структуру рынков.</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>Уметь: 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 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</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>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-4). Культурой мышления, способностью к восприятия, обобщения и анализу информации, постановки 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 массовой коммуникации (каналы)	2/0,05		<p>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</p>	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	<p>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-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>Уметь: - 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. 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>Владеть: 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>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)</p>	<p>Слайд-лекции, деловая игра</p>
--------	------------------------------	--------	--	---------------------------------	--	-----------------------------------

				<p>Восприятие 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>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-4). 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</p>	
--	--	--	--	---	--	--

						<p>деятельности. (ПКУВ-3)</p> <p>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-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 исследований эффективности СМИ Смена подхо-	УК-3 УК-4 ПКУВ-3	Знать: методики выстраивания последовательности действий для достижения	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; эффект познания; эффект 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>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</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. Выражать 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>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-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	Знать: 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>	
--	--------------	--	--	--------	--	--

				ние сообщени	<p>партнерами. Виды деловой переписки (ПКУВ-3)</p> <p>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-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)</p> <p>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-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)</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>Знать: методика 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>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</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>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</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. Качественные 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. 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>

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 пытаюсь 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	Коммуникационный менеджмент
	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	Коммуникационный менеджмент
	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>знать: 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>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</p>	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности					
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	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>знать: 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>уметь: 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>владеть: 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>знать: 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>уметь: 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>владеть: 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</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) произвольное;
 - 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. 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>
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 риторике, 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	Формируемы е 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
Специальные помещения		
<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>
Помещения для самостоятельной работы		
<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.)

