Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Задорожная Людмила Ивановна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 17.11.2026 14:38:56
Уникальный программный ключ:
faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____Л.И. Задорожная
«_____» _____ 20___г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине	**Б1.В.ДВ.01.01 Психология массовых коммуникаций**
по направлению подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
по профилю подготовки (специализации)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
квалификация (степень) выпускника	бакалавр
форма обучения	Очная, Заочная,
год начала подготовки	2026

Майкоп

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

Составитель рабочей программы:

Доцент, канд. ист. наук	Подписано простой ЭП 28.05.2026	Абрегова Наталья Владимировна
(должность, ученое звание, степень)	(подпись)	(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:

08.06.2026	Подписано простой ЭП 08.06.2026	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей кафедрой
по направлению подготовки (специальности)

08.06.2026	Подписано простой ЭП 08.06.2026	Кумпилова Анжелика Руслановна
	(подпись)	(Ф.И.О.)

Согласовано:

НБ МГТУ
(название подразделения)

29.05.2026	Подписано простой ЭП 29.05.2026	И. Б. Берберьян
	(подпись)	(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель дисциплины – дать общее понятие о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации, сформировать представление о психологии массовой коммуникации как специальной теории, рассмотреть психологические особенности создания, восприятия и воздействия информации и рекламы.

Задачи курса:

- определение места и роли информационного законодательства в современном информационном пространстве;

- изучение правового обеспечения права на доступ к информации о деятельности органов государственной власти, предприятиям и организациям различной организационно-правовой формы;

- рассмотрение правовых режимов информации ограниченного доступа (государственной тайны и различных видов конфиденциальной информации);

- анализ информационных процессов, протекающих в электронной среде(электронный документооборот, правовой статус электронных СМИ);

- изучение правоприменительной практики по вопросам ответственности за правонарушения в информационной сфере.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений. В курсе рассматриваются теоретические психологические основы массовой коммуникации в современном социуме, изучаются основные вопросы психологии массовой коммуникации: психологические модели личности как основа организации массовых коммуникационных процессов, основные виды воздействия на аудиторию в ходе массовых коммуникационных процессов, основные виды воздействия на аудиторию в ходе массовой коммуникации (убеждение, внушение, заражение); закономерности психических познавательных процессов аудитории в массовой коммуникации; особенности мотивационных и эмоциональных процессов аудитории; проблемы психологии журналистского творчества, вопросы психологической эффективности массовой коммуникации.

Данная дисциплина закладывает основы для дальнейшего изучения проблем создания, распространения информации в рамках таких курсов, как основы теории коммуникации, мотивация в рекламе, рекламная деятельность в интернете, интернет-маркетинг и др.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

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
ПКУВ-3.3	Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий
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-6.1	Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.
УК-6.2	Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
УК-6.3	Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количество)	Виды занятий				Итого часов	з.е.
		За	Лек	Пр	СРП	СР		
Курс 2	Сем. 4	1	17	34	0.25	92.75	**144**	4

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		За	Контр	Лек	Пр	КРАт	Контроль	СР		
Курс 2	Сем. 3	1	1	6	8	0.25	3.75	126	**144**	

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	Тема 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации	1-2	2		4				11		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	3-4	2		4				12		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	5-6	2		4				12		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	7-8	2		4				12		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	9-10	2		4				11,75		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	11-12	3		6				12		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы	13-15	2		4				12		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Тема 8. Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	16-17	2		4				10		Блиц-опрос Обсуждение докладов Тест
4	Промежуточная аттестация	17				0,25					Зачет
	ИТОГО:		**17**		**34**	**0.25**			**92.75**		

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАт	Контроль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11

3	Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации	1		1				15	
3	Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации							16	
3	Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	1		1				16	
3	Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	1		1				16	
3	Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации							15	
3	Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	1		2				16	
3	Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы	1		2				16	
3	Тема 8. Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	1		1				16	
3	Промежуточная аттестация					0,25	3,75		
	ИТОГО:	**6**		**8**		**0.25**	**3.75**	**126**	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Психология массовых коммуникаций», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	Тема 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации	2	1		Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация. Функции массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Структура коммуникативного акта. Модели массовой коммуникации.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; УК-3.2; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2;	Знать: основные психологические закономерности массовой коммуникации; целесообразность и эффективность использования различных техник и приемов в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Уметь: использовать социально-психологические знания для анализа реальных сообщений массовой коммуникации; анализировать психологические свойства и феномены современной массовой коммуникации, понимать их природу. Владеть: навыками изучения методов коммуникативных процессов.	, Лекция-беседа, Дискуссия, Типовые задания
4	Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	2			Понятие установки. Психологическая структура установок. Компоненты установок. Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка. Уровни установок в регуляции деятельности. Социальная установка (аттитюд). Реализация установок в поведении. Несогласованность	ПКУВ-3.2; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: структуру и функции коммуникатора в массмедиа; основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации; условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией. Уметь:	Лекция, Дискуссия

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					установок и поведения. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации. Компоненты стереотипов. Функции стереотипов. Виды стереотипов.		выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия; оценивать возможности применения концепций воздействия масс-медиа для организации эффективных коммуникативных кампаний. Владеть: навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций; навыками психологического исследования массовых коммуникаций; способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	
4	Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	2	1		Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4;	Знать: структуру и функции коммуникатора в массмедиа; основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации; условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения	, Лекция-беседа, Составление плана-конспекта

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					в процессе передачи слухов.		медиакоммуникатора с аудиторией. Уметь: исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия; оценивать возможности применения концепций воздействия массмедиа для организации эффективных коммуникативных кампаний. Владеть: навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций; навыками психологического исследования массовых коммуникаций; способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	
4	Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую	2	1		Интерес как фактор коммуникации. Внимание. Виды внимания: непроизвольное, произвольное, послепроизвольное.	ПКУВ-3.2; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2;	Знать: категориальный аппарат дисциплины; структуру, виды, функции массовой коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации;	Составление плана-конспекта, Лекция, Интерактивные методы обучения

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	коммуникацию				Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания. Объем внимания. Свойства внимания. Восприятие. Перцепция и апперцепция. Факторы, влияющие на восприятие. Гештальттеория о закономерностях образования образа восприятия. Свойства восприятия. Понимание. Значение структуры личности для понимания сообщений. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Шумы и барьеры.		основы психологии массовой коммуникации. Уметь: анализировать медийные тексты с точки зрения их соответствия закономерностям психических познавательных процессов аудитории; преодолевать коммуникативные барьеры в массовой коммуникации. Владеть: приемами определения повестки дня СМИ; методами исследования коммуникатора; приемами психологического анализа и экспертной оценки рекламных и PR-текстов.	
4	Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	2			Понятие аудитории средств массовой коммуникации. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации (открытая-закрытая, потенциальная, наличная, целевая аудитория). Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы, установки) и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации. Типология аудитории (социологическая, социально-психологическая, специальная). Понятие и сегментация аудитории. Психографика. Методы изучения аудитории массовой коммуникации. Опросы, анкетирование,	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.3;	Знать: структуру и функции коммуникатора в массмедиа; основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации; условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией. Уметь: исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; анализировать	Составление плана-конспекта, Лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
					интервью. Использование технических средств для изучения аудитории. Достоинства и недостатки отдельных методов изучения аудитории. Проблема рейтингов каналов массовой коммуникации.		психологические основы массово-коммуникативного воздействия. Владеть: навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций; навыками психологического исследования массовых коммуникаций; способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	
4	Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	3	1		Понятия подражание и заражение - механизмы формирования массовых процессов и закономерности их использования в ходе массовой коммуникации. Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама. Мода. Признаки моды. Типы мотивации следования моде. Механизмы возникновения и распространения моды. Использование явления моды в рекламной деятельности. Психология моды.	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: особенности медиаповедения в современной инфосреде; психологические особенности коммуникационного процесса. Уметь: выражать мысли, эффективно отслеживая реакцию аудитории на информационное сообщение; использовать эффективные стратегии взаимодействия с массовой аудиторией; использовать вербальные и невербальные техники психологического воздействия на массовую аудиторию. Владеть: навыками устного и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; приемами анализа современных медийных текстов, форм обратной связи аудитории	Составление плана-конспекта, , Лекция-беседа

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							в ходе массовой коммуникации.	
4	Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы	2	1		Особенности печатных средств массовой информации. Особенности кино. Особенности радио. Психологические и социально-психологические аспекты восприятия радиоинформации. Эффект присутствия. Особенности телевидения. Особенности интернет-технологий как средства массовой коммуникации. Их достоинства и недостатки. Творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление. Методы активизации творческого мышления. Конвергентное и дивергентное мышление. Свойства дивергентного мышления, по Дж. Гилфорду. Опыт. Воображение. Виды воображения. Воображение и творчество. Приемы воображения.	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.2; УК-6.3;	Знать: свойства массмедийных сообщений; приемы использования вербальных и невербальных техник психологического воздействия на массовую аудиторию; методы формирования привлекательного имиджа. Уметь: анализировать влияние медийного канала коммуникации на эффективность массовой коммуникации; обосновывать с психологической точки зрения выбор массмедийного канала для конкретных коммуникативных кампаний; сопоставлять различные результаты исследований медиа-аудитории и использовать их в профессиональной деятельности; адекватно оценивать теоретические проблемы массовой коммуникации, использовать ее основные положения и приоритеты при решении социальных и профессиональных задач. Владеть: приемами адаптации информации для передачи по конкретному каналу коммуникации; основными методами психологического воздействия в массовой коммуникации.	Составление плана-конспекта, Лекция
4	Тема 8. Сообщение в	2	1		Сообщение. Понятие	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2;	Знать: структуру и	Составление плана-

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации				сообщения в массовой коммуникации. Вербальные и визуальные сообщения. Текст. Плотность текста. Принцип близости. Главная мысль. Полнота раскрытия главной мысли. Информативность. Сочетание логики изложения с экспрессивностью. Адекватность понимания. Роль зрительного ряда. Организация текста. Подготовка текста. Языковые "ножницы". Понятие популяризации текста. Психологические исследования массовой коммуникации.	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-6.2; УК-6.3;	функции коммуникатора в массмедиа; основные характеристики и тенденции развития каналов массовой коммуникации; условия, требования к профессиональной деятельности, психологические особенности и специфику общения медиакоммуникатора с аудиторией. Уметь: исследовать общественное мнение и использовать тактики и приемы его управлением через средства массовой коммуникации; выполнять психологический анализ при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ; анализировать психологические основы массово-коммуникативного воздействия; оценивать возможности применения концепций воздействия массмедиа для организации эффективных коммуникативных кампаний. Владеть: навыками использования традиционных и современных технологий профессиональной деятельности в области массовых коммуникаций; навыками психологического исследования массовых коммуникаций;	конспекта, Лекция

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
							способностью использовать потенциал социальной инфраструктуры для решения профессиональных задач.	
	ИТОГО:	**17**	**6**					

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
3	Тема 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации	Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. Вопросы для обсуждения.1. Общение, коммуникация, массовая и межличностнаякоммуникация.2. Функции массовой коммуникации.3. Средства массовой коммуникации.4. Структура коммуникативного акта.5. Модели массовой коммуникации.	4	1	
3	Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Вопросы для обсуждения.1. Социальная установка (аттитюд).2. Реализация установок в поведении. 3. Несогласованность установок и поведения.4. Понятие стереотипа.5. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации.Компоненты стереотипов.6. Функции стереотипов. Виды стереотипов.	4		
3	Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации. Вопросы для обсуждения.1. Характеристика манипулятивного воздействия.2. Основные составляющие манипулятивного воздействия.3. Манипулятивные приемы коммуникации и средства защиты от них.4. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.	4	1	
3	Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию. Вопросы для обсуждения.1. Понимание как процесс. Мышление как важный фактор понимания.2. Стереотипы, "штампы" как база понимания в процессе массовой коммуникации.3. Эффекты понимания и восприятия сообщений массовой коммуникации.4. Память. Виды памяти. Процессы памяти (запоминание, забывание, воспроизведение и сохранение в условиях массовой коммуникации).5. Факторы, влияющие на запоминание и воспроизведение информации.6. Объем памяти. Значение стереотипов для запоминания и удержания сообщения в памяти.	4	1	
3	Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации. Вопросы для обсуждения.1. Характеристики мотивационных образований.2. Явление полимотивации.3. Мотивационная динамика, актуализация и формирование мотивов. 4. Зависимость эффективности деятельности от степени активации.5. Принципы стимул ирования мотивации.6. Мотивационный анализ в рекламе (Э. Дихтер,В.Паккард, Д. Смит, Л. Ческин).7. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ.8. Потребности, мотивы и ожидания аудитории СМК.9. Методы изучения мотивационно-потребностной сферы личности.	4		
3	Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации. Вопросы для обсуждения.1. Особенности воздействия в условиях различных типов коммуникационных сетей.2. Слухи. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории.3. Факторы, определяющие появление слухов.4. Роль средств массовой информации в распространении слухов. Борьба со слухами.	6	2	
3	Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы	Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы.Вопросы для обсуждения.1. Особенности печатных средств массовой информации.2. Особенности кино.3. Особенности радио.4. Психологические и социально-психологические аспекты восприятия радиоинформации.5. Эффект присутствия.6. Особенности телевидения.7. Особенности интернет-технологий как средства массовой коммуникации.8. Их достоинства и	4	2	

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
		недостатки.			
3	Тема 8. Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Вопросы для обсуждения.1. Особенности организации сообщения для разных видов аудитории.2. Понятие топоса.3. Логика и риторика в сообщении.4. Логические и риторические приемы.5. Эффективность массовой коммуникации.6. Приемы оценки эффективности.7. Экспертный анализ сообщений массовой коммуникации.	4	1	
	ИТОГО:		**34**	**8**	

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
4, 3	Тема 1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации	Теории коммуникативного воздействия. Социально-психологические аспекты условий осуществления массовой коммуникации в потоке информации. Коммуникативное пространство: теория и практика формирования.		11	15	
4, 3	Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	Медиа-эстетика - желаемое и действительное. Стереотипизация как условие осуществления массовой коммуникации. Анализ стереотипов восприятия социально-значимых событий в телекоммуникации. Реклама как феномен коммуникации.		12	16	
4, 3	Тема 3. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	Мораль и СМК: социально-психологические аспекты. Благотворительность и СМК. Культура и СМК. Культурная жизнь и СМК: социально-психологические аспекты. Спорт и СМК.		12	16	
4, 3	Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	Бизнес и СМК: социально-психологические аспекты. Шоу-бизнес и СМК. Психологические аспекты применения массовых информационных технологий. Убеждение и внушение в механизме обращения СМК к аудитории. Опыт и воображение в механизме обращения СМК к аудитории.		12	16	
4, 3	Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	Особенности восприятия публичного выступления в массовой коммуникации и речевые технологии. Интерактивные ТВ и радио. Психологические механизмы телеинтервью.		12	15	
4, 3	Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	Исследования имиджа коммуникатора: телеведущие новостных программ. Исследования имиджа коммуникатора: ведущие ТВ ток-шоу. Исследования имиджа коммуникатора: обозреватель газеты, журнала.		12	16	
4, 3	Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы	Самопрезентация в коммуникации: письма в редакции. Самопрезентация в коммуникации: пользователи Интернета. Методы измерения психологической эффективности массовой коммуникации. Личностные предпосылки манипулятивного воздействия СМК.		12	16	
4, 3	Тема 8. Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	Проявления психологических защитных механизмов в процессе коммуникации. Закономерности массового поведения и реклама. Методы активизации творческого мышления в профессиональной деятельности журналиста. Внутренний мир человека и виртуальная реальность. Глобализация и новые аудитории СМК.		10	16	
	ИТОГО:			**93**	**126**	

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

Модуль	Дата, место проведения	Название мероприятия	Форма проведения мероприятия	Ответственный	Достижения обучающихся
Модуль 6 Досуговая, творческая и социально-культурная деятельность по организации и проведению значимых событий и мероприятий	04.2028 ФГБОУ ВО"МГТУ"	Лекция-дискуссия "Культура мобильной коммуникации"	Групповая	Ведущий преподаватель	ПКУВ-3.1; ПКУВ-3.2; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.3;

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

6.1. Методические указания (собственные разработки)

Название	Ссылка
Психология общения : учебно-методическое пособие (в помощь студентам и преподавателям) / ФГБОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т ; [сост. Б.К. Пафифова]. - Майкоп : Кучеренко В.О., 2013. - 42 с. - Библиогр.: с. 30 (12 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2000024717&DOK=037F8E&BASE=0007AA
Феномен общения. Психолого-педагогическая сущность межличностного и профессионального общения : учебно-методическое пособие / ГОУ ВПО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. новых соц. технологий, Каф. философии, социологии и педагогики ; [сост. Б.К. Пафифова]. - Майкоп : Магарин О.Г., 2010. - 47 с. - Библиогр.: с. 31-32 (34 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2000021987&DOK=030284&BASE=0007AA
Психология управления [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т ; составитель Ловпаче Ф.Г. - Майкоп : Б.и, 2020. - 46 с. - Библиогр.: с. 44 (6 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2000024744&DOK=037F98&BASE=0007AA
659.4(07) М 54 Методические указания по изучению дисциплины "Психология массовых коммуникаций" : для студентов всех форм обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиля подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере / ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т, Фак. экономики и упр., Каф. маркетинга, сервиса и туризма ; составитель Абрегова Н.В. - Майкоп : Б.и., 2025. - 55 с. - Текст : электронный	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2100041555

6.2. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569444	https://urait.ru/bcode/569444
Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560040	https://urait.ru/bcode/560040
Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-020792-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2194340	https://znanium.ru/catalog/document?id=460424
Евдокимов, В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 230 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_59d230b58e4868.44153905. - ISBN 978-5-16-021260-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2205001	https://znanium.ru/catalog/document?id=468405
Евгеньева, Т.В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т.В. Евгеньева, А.В. Селезнева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 250 с. - Текст : электронный. - (Высшее образование). - Urait. - ЭБС Юрайт. - URL: https://urait.ru/bcode/563544. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-534-15715-4	https://urait.ru/bcode/563544

Название	Ссылка
Руденко, А.М. Психология массовых коммуникаций : учебник / А.М. Руденко, А.В. Литвинова ; под ред. А.М. Руденко. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2025. - 303 с. - Текст : электронный. - (Высшее образование). - ЭБС Знаниум. - Znanium. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2152239. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-369-01663-3. - ISBN 978-5-16-102644-1. - ISBN 978-5-16-012673-9	https://znanium.ru/catalog/document?pid=2152239

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,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

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,
- в форме аудиофайла.

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

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

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
46	46		Профессионально-творческая практика
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
7	8		Интернет-маркетинг
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	7		Поведение потребителей
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
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			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
46	46		Профессионально-творческая практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			рекламный"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	7		Поведение потребителей
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
5	6		Инновационные технологии в рекламе
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
7	8		Интернет-маркетинг
7	8		Управление репутацией в сети Интернет
46	46		Профессионально-творческая практика
8	8		Мотивация в рекламе
8	8		Мерчандайзинг
6	7		Квалификационный экзамен по модулю "Агент рекламный"
5	6		Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий"
3	8		Рекламная деятельность в Интернете
5	7		Поведение потребителей
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
56	56		Разработка и технологии производства рекламного и PR-продукта
5	6		Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
12	12		Основы теории коммуникации
4	5		Основы маркетинга
УК-3.1 Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Культурология
1	1		Основы российской государственности
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.).			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Культурология
1	1		Основы российской государственности
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
3	3		Культурология
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласного учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
			менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2	2		Психология
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата			
2	2		Профессионально-ознакомительная практика
8	9		Преддипломная практика
8	9		Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	9		Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
4	3		Психология массовых коммуникаций
4	3		Коммуникационный менеджмент
46	46		Профессионально-творческая практика
2	2		Психология

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	
1	2	3	4	5	6

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					
Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - разрабатывать план групповых и организационных коммуникаций (коммуникационных процессов) в ходе решения лингвистической задачи	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать 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.).					
Знать: - системные характеристики участников социокультурного процесса, основные формы социального взаимодействия, типы социальной коммуникации	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - на практике выявить значимые качества участников социокультурного взаимодействия для эффективной коммуникации и совместной деятельности	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - 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	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
УК-3.3 Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата					
Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - разрабатывать командную стратегию.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде					
УК-3.4 Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды					
Знать: - методики выстраивания последовательности действий для достижения заданного результата (решения лингвистической задачи).	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - формулировать задачи для достижения поставленной перед командой цели.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - умением анализировать, проектировать и организовывать межличностную и групповую коммуникацию в команде для достижения поставленной цели.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.1 Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда.					
Уметь: - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач;- находить и творчески использовать имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.2 Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.					
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности, и требований рынка труда	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - расставлять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; - планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения реалистических целей профессионального роста.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни					
УК-6.3 Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Знать: - основы планирования профессиональной траектории с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: - подвергать критическому анализу проделанную работу.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: - навыками определения реалистических целей профессионального роста.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
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					
Знать: особенности, правила и приемы применения алгоритмов планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; этические основы, формы и сферы делового общения с деловыми и официальными лицами и зарубежными (общественными) партнерами. Виды деловой переписки	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: учитывать особенности планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; 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					
Владеть: навыками планирования, реализации и анализа коммуникационных программ и мероприятий, современные методы и инструменты деятельности в области массовых коммуникаций, маркетинговых коммуникаций и бренд-менеджмента; 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	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.2 Самостоятельно находит пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций					

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Знать: 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	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет
Уметь: находить 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; ориентироваться на рынке маркетинговой информации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определения путей и способов повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленности на решение стратегических и оперативных задач современных организаций, как в коммерческой, так и некоммерческой сферах	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-3: Способен использовать современные технологии массовой коммуникации и бренд-менеджмента, разрабатывать маркетинговые и коммуникационные стратегии					
ПКУВ-3.3 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Знать: концепции прикладного маркетинга; методики для тактического	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Контрольная работа, зачет



Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий					
Уметь: применять методики для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий;	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками применения методик для тактического планирования мероприятий в рамках реализации маркетинговой и коммуникационной стратегий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

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

Примерный вариант тестовых заданий

Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является на современном этапе (сделать выбор из перечня):

1. Массовая коммуникация.

2. Массовые коммуникации.

3. Психологические процессы масс.

4. Закономерности массовидных явлений.

5. Опосредованное общение с помощью технических средств.

№2

Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:

1. распространение знаний о действительности, информирование;

2. социальный контроль и управление;

3. интеграция общества и его саморегуляция;

4. формирование общественного мнения;

5. социальное воспитание;

6. распространение культуры;

7. социальная активация личности;

8. самоутверждение (самопознание и самореализация);

9. социальная идентификация;

10. социальная релаксация.

№3

Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер на пути влияния массовой коммуникации:

1-Да.

2. Нет.

3. Зависит от ситуации.

№4

Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

1. Источник.

2. Средства.

3. Аудитория.

4. Сообщения.

5. Текст.

6. Персональный компьютер.

№5

Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

1. идентификация,

2. эмпатия,

3. аттракция,

4. персонификация,

5. когнитивный баланс,

6. олицетворение,

7. символизация,

8. социальная рефлексия,

9. социальная перцепция.

№6

Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации

«убеждение, внушение, заражение, ...».

1. NLP.

2. Стереотипизация.

3. Формирование установок.

4. Формирование потребностей.

5. Формирование мотивов.

6. Формирование ожиданий.

7. Формирование интересов.

8. Формирование коллективных представлений.

9. Формирование коллективных предрассудков.

10. Огруппление мышления.

11. Обучение.

12. Подражание.

№7

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

1. утаивание информации,

2. смещение акцентов,

3. искажение информации,

4. логические ловушки,

5. мода,

6. универсальные высказывания,

7. неявные указания на общепризнанные нормы,

8. иллюзии взаимопонимания,

9. реклама,

10. пропаганда.

№8

В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

1. когнитивный уровень,

2. уровень потребностей,

3. мотивационный уровень,

4. аксиологический уровень,

5. аффективный уровень,

6. поведенческий уровень.

№9

Методы активизации творческого мышления журналиста включают (выбрать правильные ответы)

1. метод записной книжки,

2. метод аналогий,

3. метод ассоциаций,

4. «мозговой штурм»,

5. измененные состояния сознания.

№10

Психологическая эффективность массовой коммуникации, это в первую очередь:

1. Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.

2. Удовлетворенность характеристиками общения.

3. Гармония социального взаимодействия.

4. Наличие обратной связи.

№11

Основоположником изучения подражания как механизма распространения моды был:

1)Г.Тард

2) Джо Бруммель;

3) Е. Тремнер

4) Р. Барт

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Общение и коммуникация.

2. Функции и виды коммуникации.

3. Массовая коммуникация, сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации.

4. Функции массовой коммуникации.

5. Структура коммуникативного акта. Модели коммуникации без обратной связи: модель Лассуэлла; модель Шеннона-Уивера.

6. Модели коммуникации с обратной связью: модель У. Шрамма, модель М. Дефлера.

7. Модели коммуникации социальных групп в обществе: модель Ж.-М. Коттре, модель К. Синна.

8. Модели альтернативных видов движения информации И. Бордвика и Б. ванКаама.

9. Двуступенчатая модель коммуникации (П. Лазарсфельд).

10. Модели, объясняющие закономерности неэффективности массовой коммуникации: "модель привратника", модель "спираль молчания".

11. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Бихевиоризм.

12. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Психодинамическая теория Фрейда

13. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Индивидуальная теория Адлера.

14. Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Аналитическая психология К.Г. Юнга.

15. Специфика поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

16. Социально-демографические характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

17. Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

18. Социально-психологические модели коммуникатора: модель Г. Келмана.

19. Социально-психологические модели коммуникатора: модель Дж. Голдхабера.

20. Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ.

21. Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ.

22. Имидж-технологии в массовой коммуникации. Сопоставление понятий "имидж" и "образ".

23. Социально-психологические характеристики имиджа.

24. Виды имиджа.

25. Принципы и приемы формирования имиджа.

26. Стратегия и тактика конструирования имиджа.

27. Методы оценки имиджа (семантический дифференциал Ч. Осгуда, метод репертураных решеток Келли, метод группировки).

28. Взаимный анализ брендов и их атрибутов.

29. Виды психологического воздействия: убеждение и внушение.

30. Понятие манипуляции. Составляющие манипулятивного воздействия.

31. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.

32. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию.

33. Психологические основы восприятия сообщений СМК.

34. Психологические основы внимания в массово-коммуникативном процессе.

35. Психологические основы запоминания сообщений СМК.

36. Психологические основы понимания сообщений СМК.

37. Каналы массовой коммуникации. Специфика и ограничения различных каналов массовой коммуникации в современном мире.

38. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации

39. Роль установки в процессе массовой коммуникации

40. Интерес, как фактор МК. Виды и особенности интересов

41. Психологическая характеристика мотивационной сферы личности при обращении к СМК

42. Психологическое заражение как способ воздействия на аудиторию

43. Психологические особенности подражания

44. Роль слухов в массовой коммуникации, разновидность слухов

45. Психологические особенности толпы.

46. Мода как массово-коммуникационное явление.

47. Сообщение СМК. Топос. Логические и риторические приемы.

48. Творческое воображение и мышление журналиста.

49. Приемы активизации творческого процесса.

50. Приемы оценки эффективности массовой коммуникации.

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

Требования к контрольной работе

Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу.

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы



обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т.д.

При оценке контрольной работы преподаватель руководствуется следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;

- обучающийся подобрал достаточный список литературы, который необходим для осмысления темы контрольной работы;

- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;

- обучающийся проанализировал материал;

- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;

- контрольная работа оформлена в соответствие с требованиями;

- автор защитил контрольную работу и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

Вариант контрольной работы выдается в соответствии с порядковым номером в списке студентов.

Критерии оценки знаний при написании контрольной работы

Отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания.

Требования к выполнению тестового задания

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.



В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма – наиболее распространенная форма и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил;

- открытая форма – вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»);

- установление соответствия – в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

установление последовательности – предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Цель тестовых заданий – заблаговременное ознакомление магистров факультета аграрных технологий с теорией изучаемой темы по курсу и ее закрепление.

Тесты сгруппированы по темам. Количество тестовых вопросов в разделе различно, что обусловлено объемом изучаемого материала и ее трудоемкостью.

Формулировки вопросов построены по следующим основным принципам:

Выбрать верные варианты ответа.

В пункте приведены конкретные вопросы и варианты ответов. Студенту предлагается выбрать номер правильного ответа из предлагаемых вариантов. При этом следует учесть важное требование: в ответах к заданию обязательно должен быть верный ответ и он должен быть только один.

Студент должен выбрать верный ответ на поставленный вопрос и сверить его с правильным ответом, который дается в конце.

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 50 %;

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

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.



Требования к написанию реферата

Реферат – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности. Автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основную часть, заключение, список использованной литературы. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т.д.

Критерии оценивания реферата:

Отметка «отлично» выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Отметка«хорошо» - основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объём реферата, имеются упущения в оформлении, не допускает существенных неточностей в ответе на дополнительный вопрос.

Отметка «удовлетворительно» - имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы, во время защиты отсутствует вывод.

Отметка «неудовлетворительно» - тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к проведению круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем.

Критерии оценивания круглого стола, дискуссий, полемики, диспута, дебатов:

- знание и понимание современных тенденций развития российского образования и общества, в целом, и регионального, в частности;

- масштабность, глубина и оригинальность суждений;

- аргументированность, взвешенность и конструктивность предложений;

- умение вести дискуссию;

- умение отстаивать свое мнение;

- активность в обсуждении;

- общая культура и эрудиция.

Шкала оценивания: четырехбалльная шкала – 0 – критерий не отражён; 1 – недостаточный уровень проявления критерия; 2 – критерий отражен в основном, присутствует на отдельных

этапах; 3 – критерий отражен полностью.

Требования к проведению зачета

Зачет – форма проверки знаний, умений и навыков, приобретенных обучающимися в процессе усвоения учебного материала лекционных, практических и семинарских занятий по дисциплине.

Критерии оценки знаний на зачете:

Зачет может проводиться в форме устного опроса или по вопросам, с предварительной подготовкой или без подготовки, по усмотрению преподавателя.

Вопросы утверждаются на заседании кафедры и подписываются заведующим кафедрой. Преподаватель может проставить зачет без опроса или собеседования тем студентам, которые активно участвовали в семинарских занятиях.

Шкала оценивания: двухбалльная шкала – не зачтено (не выполнено); зачтено (выполнено).

Отметка **«зачтено»** ставятся обучающемуся, ответ которого свидетельствует:

- о полном знании материала по программе;

- о знании рекомендованной литературы,

- о знании концептуально-понятийного аппарата всего курса и принимавший активное участия на семинарских занятиях, а также содержит в целом правильное и аргументированное изложение материала.

Отметка **«не зачтено»** ставится обучающемуся, имеющему существенные пробелы в знании основного материала по программе, а также допустившему принципиальные ошибки при изложении материала.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Психология управления [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / ФГБОУ ВО Майкоп. гос. технол. ун-т ; составитель Ловпаче Ф.Г. - Майкоп : Б.и, 2020. - 46 с. - Библиогр.: с. 44 (6 назв.)	http://lib.mkgtu.ru:8002/utils/libdata.php?id=2000024744&DOK=037F98&BASE=0007AA
Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21264-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569444	https://urait.ru/bcode/569444
Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 428 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19592-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560040	https://urait.ru/bcode/560040
Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-011795-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2072445	https://znanium.ru/catalog/document?id=430799
Евдокимов, В. А. Массмедиа как сфера применения политических технологий : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 230 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_59d230b58e4868.44153905. - ISBN 978-5-16-021260-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2205001	https://znanium.ru/catalog/document?id=468405

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Резепов, И.Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И.Ш. Резепов. - Москва : Дашков и К, 2018. - 224 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/75203.html. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-01553-3	http://www.iprbookshop.ru/75203.html
Антонова, Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учебное пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/19925. - ISBN 978-5-16-020792-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2194340	https://znanium.ru/catalog/document?id=460424

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов.



http://znanium.com/catalog/ Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/ eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/ ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "РИП-холдинг") : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел/Тема с указанием основных учебных элементов	**Методы обучения**	**Способы (формы) обучения**	**Средства обучения**	**Формируемые компетенции**
Тема1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. *Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация. Функции массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. Структура коммуникативного акта. Модели 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). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.1 ПКУВ-3.2 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.4 УК-6.1 УК-6.2
Тема 2. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. *Понятие установки. Психологическая структура установок. Компоненты установок. Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка. Уровни установок в регуляции деятельности. Социальная установка (аттитюд). Реализация установок в поведении. Несогласованность установок и поведения. Понятие стереотипа. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации. Компоненты стереотипов. Функции стереотипов. Виды стереотипов.*	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). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.2 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3
Тема 3. Психологические виды	Лекция, конспектирование,	Аудиторная (изучение	Устная речь, учебники,	ПКУВ-3.1

воздействия в ходе массовой коммуникации. *Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.*	приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.2 ПКУВ-3.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4
Тема 4. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию. *Интерес как фактор коммуникации. Внимание. Виды внимания: непроизвольное, произвольное, послепроизвольное. Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания. Объем внимания. Свойства внимания. Восприятие. Перцепция и апперцепция. Факторы, влияющие на восприятие. Гештальттеория о закономерностях образования образа восприятия. Свойства восприятия. Понимание. Значение структуры личности для понимания сообщений. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Шумы и барьеры.*	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). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.2 ПКУВ-3.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-6.1 УК-6.2
Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации. *Понятие аудитории средств массовой коммуникации. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации (открытая-закрытая,*	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	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.1 ПКУВ-3.2 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3

потенциальная, наличная, целевая аудитория). Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы, установки) и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации. Типология аудитории (социологическая, социально-психологическая, специальная). Понятие и сегментация аудитории. Методы изучения аудитории массовой коммуникации. Опросы, анкетирование, интервью. Использование технических средств для изучения аудитории. Достоинства и недостатки отдельных методов изучения аудитории.		знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ		УК-3.4 УК-6.3
Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации. *Понятия подражание и заражение - механизмы формирования массовых процессов и закономерности их использования в ходе массовой коммуникации. Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама. Мода. Признаки моды. Типы мотивации следования моде. Механизмы возникновения и распространения моды. Использование явления моды в рекламной деятельности.*	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). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.1 ПКУВ-3.3 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-6.2 УК-6.3
Тема 7. Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы. *Особенности печатных средств массовой информации.*	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	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4

Особенности кино. Особенности радио. Психологические и социально-психологические аспекты восприятия радиоинформации. Эффект присутствия. Особенности телевидения. Особенности интернет-технологий как средства массовой коммуникации. Их достоинства и недостатки. Творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление. Методы активизации творческого мышления. Конвергентное и дивергентное мышление. Опыт. Воображение. Виды воображения. Воображение и творчество.		систематизация знаний, контроль и коррекция знаний). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ		УК-6.2 УК-6.3
Тема 8. Сообщение в массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации. *Сообщение. Понятие сообщения в массовой коммуникации. Вербальные и визуальные сообщения. Текст. Плотность текста. Принцип близости. Главная мысль. Полнота раскрытия главной мысли. Информативность. Сочетание логики изложения с экспрессивностью. Организация текста. Подготовка текста. Языковые "ножницы". Понятие популяризации текста. Психологические 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). Проведение занятий с использованием ЭО и ДОТ	Устная речь, учебники, справочники, слайды, учебные пособия, книги, тестовые задания	ПКУВ-3.1 ПКУВ-3.2 УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-6.2 УК-6.3

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

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

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

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты

Название
КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

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

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. – Москва, 2011 - – URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL: https://нэб.рф/. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: https://cyberleninka.ru// - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: https://elibrary.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела.Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт – 2006. – URL: https://www.alladvertising.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт – 1999. – URL: http://www.advertology.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт – 1998. – URL: https://www.sostav.ru/. Режим доступа: свободный. Текст: электронный.КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: http://www.consultant.ru/about/. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/

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
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-11); 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 32 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-19); 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 30 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-21); 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского/ ул.Пролетарская, дом № 30/дом № 234 (385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Жуковского, дом №30/ ул.Пролетарская, дом №234, стр. 1), Учебный корпус № 5	Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Помещение для хранения и профилактического обслуживания оборудования: информационно-технический отдел, г.Майкоп, ул. Первомайская, 191, каб. 318.	Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401
Помещение для самостоятельной работы обучающихся: читальный зал МГТУ: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.	Компьютерное оснащение с выходом в интернет на 30 посадочных мест, оснащенные специализированной мебелью (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс)	7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095 Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

