

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ ИМ. ПРОФ. М.А. БОНЧ-БРУЕВИЧА»
(СПбГУТ)**

Кафедра _____ Социально-политических наук _____
(полное наименование кафедры)



Регистрационный №_23.01/335-Д

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовых коммуникаций

(наименование дисциплины)

образовательная программа высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки / специальности)

бакалавр

(квалификация)

Медиакоммуникации в цифровой сфере

(направленность / профиль образовательной программы)

очная форма

(форма обучения)

Санкт-Петербург

Рабочая программа дисциплины составлена на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности) подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, и в соответствии с рабочим учебным планом, утвержденным ректором университета.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью преподавания дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является:

формирование системного представления о природе психических явлений и психологических закономерностях процессов массовой коммуникации, психологии массового восприятия информации с помощью СМИ (телевидение, радио, печатных изданий, Интернета), а также рекламы как формы массовой коммуникации. Дисциплина знакомит студентов с психологической спецификой, методами и технологиями информационного взаимодействия, обучает умению анализировать информацию, помогает выработать индивидуальный стиль взаимодействия с современными средствами и субъектами массовых коммуникаций.

Эта цель достигается путем решения следующих(ей) задач(и):

- сформировать представление об основных понятиях, принципах, категориях, проблемах и задачах психологии массовых коммуникаций, описать этапы развития медиапсихологии в западной практике и психологии массовой коммуникации в отечественной науке; · охарактеризовать особенности коммуникации и общения, как основных психологических категорий, основные формы коммуникации и общения, структуру коммуникаций, специфику информационного взаимодействия; · охарактеризовать предметную область психологии массовых коммуникаций: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические компоненты массовых коммуникаций; · дать характеристику основам формирования психологии масс, массового сознания, описать специфику массовой коммуникации, ее социально-культурное значение; · охарактеризовать психологию массового поведения под влиянием СМИ, особенности массовых состояний и проявлений, основы механизмов воздействия на массовые настроения, особенности их проявлений и прогнозирования в аудиовизуальной сфере, телекоммуникационной отрасли; · сформировать представление о технологии манипулирования сознанием массовой аудитории в процессе аудиовизуальной коммуникации; дать характеристику процессу возникновения слухов и сплетен и их влияние на психологию массового сознания и поведения, представление об основах психологии восприятия рекламы как вида массовой коммуникации и PR-воздействия в печатных и электронных СМИ.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» Б1.О.26 является одной из дисциплин обязательной части учебного плана подготовки бакалавриата по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью». Исходный уровень знаний и умений, которыми должен обладать студент, приступая к изучению данной дисциплины, определяется изучением таких дисциплин, как «Психология».

3. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции
1	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

Индикаторы достижения компетенций

Таблица 2

УК-6.1	Оценивает личностные ресурсы по достижению целей управления своим временем в процессе реализации траектории саморазвития
УК-6.2	Объясняет способы планирования свободного времени и проектирования траектории профессионального и личностного роста
УК-6.3	Демонстрирует владение приемами и техникой психической саморегуляции, владения собой и своими ресурсами
УК-6.4	Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных целей и задач

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Очная форма обучения

Таблица 3

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ	144
Контактная работа с обучающимися		52.35
в том числе:		
Лекции	20	20
Практические занятия (ПЗ)	30	30
Лабораторные работы (ЛР)		-
Защита контрольной работы		-
Защита курсовой работы		-
Защита курсового проекта		-
Промежуточная аттестация	2.35	2.35
Самостоятельная работа обучающихся (СРС)	58	58
в том числе:		
Курсовая работа		-
Курсовой проект		-
И / или другие виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным работам, практическим занятиям, контрольным работам, изучение теоретического материала	58	58
Подготовка к промежуточной аттестации	33.65	33.65
Вид промежуточной аттестации		Экзамен

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины.

Таблица 4

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	№ семестра		
			очная	очно-заочная	заочная
1	Раздел 1. Психология массовой коммуникации как метанаука	Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как базовосприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории	6		
2	Раздел 2. Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления	6		
3	Раздел 3. Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций. Образные психические познавательные процессы: первичные (ощущение, восприятие) и вторичные (представление, воображение). Мышление и его специфика. Типы мышления. Сквозные психические процессы и их специфика (память, внимание, речь). Процесс восприятия в массовых коммуникациях.	6		
4	Раздел 4. Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций: мотивы, ожидания, установки, потребности, интересы. Мотивы обращения к СМК. Осознаваемые (ценности, убеждения) и бессознательные (влечения, коллективное бессознательное, архетипы, мифы, предрассудки) побудительные факторы. Применение психологических концепций в МК. Классический бихевиоризм и медиационный подход. Психоанализ в рекламе и пропаганде. Гештальт-психология, когнитивное и гуманистическое направления в психологии и человекоцентрированная парадигма. Информационный подход к потребностям.	6		

5.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами.

Таблица 5

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин
1	Медиапланирование и оценка эффективности коммуникационных кампаний

5.3. Разделы дисциплин и виды занятий.

Очная форма обучения

Таблица 6

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лек-ции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Семи-нары	СРС	Всего часов
1	Раздел 1. Психология массовой коммуникации как метанаука	6	8			10	24
2	Раздел 2. Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	6	8			10	24
3	Раздел 3. Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	4	8			10	22
4	Раздел 4. Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	4	6			28	38
Итого:		20	30	-	-	58	108

6. Лекции

Очная форма обучения

Таблица 7

№ п/п	Номер раздела	Тема лекции	Всего часов
1	1	Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как базавосприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории	2
2	1	Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как базавосприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории	2
3	1	Специфика, объект и предмет массовых коммуникаций. Определение массовых коммуникаций. Структура личности как базавосприятия информации: мотивационные, аффективные, когнитивные и социально-психологические феномены. Типология аудитории. Сегментация аудитории	2
4	2	Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления	2
5	2	Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления	2
6	2	Аффективные компоненты массовых коммуникаций: классификация индивидуальных и массовых эмоциональных феноменов. Базовые эмоции и чувства, аффекты. Массовые настроения, массовая паника, массовая агрессия: этапы развития, свойства и способы управления	2

7	3	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций. Образные психические познавательные процессы: первичные(ощущение, восприятие) и вторичные(представление, воображение). Мышление и его специфика. Типы мышления. Сквозные психические процессы и их специфика(память, внимание, речь). Процесс восприятия в массовых коммуникациях.	2
8	3	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций. Образные психические познавательные процессы: первичные(ощущение, восприятие) и вторичные(представление, воображение). Мышление и его специфика. Типы мышления. Сквозные психические процессы и их специфика(память, внимание, речь). Процесс восприятия в массовых коммуникациях.	2
9	4	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций: мотивы, ожидания, установки, потребности, интересы. Мотивы обращения к СМК. Осознаваемые (ценности, убеждения) и бессознательные (влечения, коллективное бессознательное, архетипы, мифы, предрассудки) побудительные факторы. Применение психологических концепций в МК. Классический бихевиоризм и медиацентрированный подход. Психоанализ в рекламе и пропаганде. Гештальт-психология, когнитивное и гуманистическое направления в психологии и человекоцентрированная парадигма. Информационный подход к потребностям	2
10	4	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций: мотивы, ожидания, установки, потребности, интересы. Мотивы обращения к СМК. Осознаваемые (ценности, убеждения) и бессознательные (влечения, коллективное бессознательное, архетипы, мифы, предрассудки) побудительные факторы. Применение психологических концепций в МК. Классический бихевиоризм и медиацентрированный подход. Психоанализ в рекламе и пропаганде. Гештальт-психология, когнитивное и гуманистическое направления в психологии и человекоцентрированная парадигма. Информационный подход к потребностям	2
Итого:			20

7. Лабораторный практикум

Рабочим учебным планом не предусмотрено

8. Практические занятия (семинары)

Очная форма обучения

Таблица 8

№ п/п	Номер раздела	Тема занятия	Всего часов
1	1	Психология массовой коммуникации как метанаука	4
2	1	Психология массовой коммуникации как метанаука	4
3	2	Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	4
4	2	Эмоциональные компоненты массовых коммуникаций	4
5	3	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	2
6	3	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	2
7	3	Когнитивные компоненты массовых коммуникаций	4
8	4	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	2

9	4	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	2
10	4	Мотивационные компоненты массовых коммуникаций	2
Итого:			30

9. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Рабочим учебным планом не предусмотрено

10. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

Таблица 9

№ п/п	Номер раздела	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля	Всего часов
1	1	изучение литературы	собеседование	10
2	2	изучение литературы	собеседование	10
3	3	изучение литературы	собеседование	10
4	4	изучение литературы	собеседование	28
Итого:				58

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

Для самостоятельной работы по дисциплине рекомендовано следующее учебно-методическое обеспечение:

- Положение о самостоятельной работе студентов в Санкт-Петербургском государственном университете телекоммуникаций им. проф. М.А. Бонч-Бруевича;
- рекомендованная основная и дополнительная литература;
- конспект занятий по дисциплине;
- слайды-презентации и другой методический материал, используемый на занятиях;
- методические рекомендации по подготовке письменных работ, требования к их содержанию и оформлению (реферат, эссе, контрольная работа) ;
- фонды оценочных средств;

12. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Фонд оценочных средств разрабатывается в соответствии с локальным актом университета "Положение о фонде оценочных средств" и является приложением (Приложение А) к рабочей программе дисциплины.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы

- формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине определяются показатели и критерии оценки сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

13. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

12.1. Основная литература:

1. Резепов, И. Ш.
Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 222, [1] с. : ил. - Библиогр.: с. 222-223. - ISBN 978-5-394-01553-3 (в пер.) : 193.31 р. - Текст : непосредственный.
2. Измайлова, М. А.
Психология рекламной деятельности : [Электронный ресурс] : учебник / М. А. Измайлова. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2016. - 444 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/93317>. - ISBN 978-5-394-00947-1 : Б. ц. Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент. Рекомендовано уполномоченным учреждением Министерства образования и науки РФ — Государственным университетом управления в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» . - [Б. м. : б. и.]. - <https://e.lanbook.com/book/56280>

12.2. Дополнительная литература:

1. Володина, Л. В.
Основы теории коммуникации : [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Володина, О. К. Карпухина ; рец.: В. А. Ачкасова, Е. К. Демиховская ; Федер. агентство связи, Федер. гос. образовательное бюджетное учреждение высш. проф. образования "С.-Петербург. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2012. - 91 с. : ил. - Библиогр.: с. 87-89. - (в обл.) : 230.56 р.
2. Гольдман, Ирина Леонидовна.
Психология массовых коммуникаций : [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие / И. Л. Гольдман ; рец.: М. Р. Маняхина, М. В. Лукьянчикова ; Федер. агентство связи, Федер. гос. образовательное бюджетное учреждение высш. проф. образования "С.-Петербург. гос. ун-т телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2013. - 68 с. - Библиогр. в конце тем. - Библиогр.: с. 62-65. - 280.02 р.
3. Белова, Елизавета Васильевна.
Психология массовых коммуникаций : [Электронный ресурс] : практикум / Е. В.

Белова ; рец. В. А. Корзунин ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича". - СПб. : СПбГУТ, 2017. - 100 с. - 1541.94 р.

14. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- www.sut.ru
- lib.spbgut.ru/jirbis2_spbgut

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

15.1. Программное обеспечение дисциплины:

- Open Office
- Google Chrome

15.2. Информационно-справочные системы:

- ЭБС iBooks (<https://ibooks.ru>)
- ЭБС Лань (<https://e.lanbook.com/>)
- ЭБС СПбГУТ (<http://lib.spbgut.ru>)

16. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

15.1. Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины

Важным условием успешного освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Все задания, включая вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующего аудиторного занятия (лекции, практического занятия), что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании

нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

15.2. Подготовка к лекциям

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета, как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

15.3. Подготовка к практическим занятиям

Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке пройденного материала (материала лекций, практических занятий), а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Необходимо понимать, что невозможно во время аудиторных занятий изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов, и при изучении дисциплины недостаточно конспектов занятий. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами

периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

15.4. Рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение: 1) главного в тексте; 2) основных аргументов; 3) выводов. Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно

вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам;
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

15.5. Подготовка к промежуточной аттестации

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

17. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Таблица 10

№ п/п	Наименование специализированных аудиторий и лабораторий	Наименование оборудования
1	Лекционная аудитория	Аудио-видео комплекс
2	Аудитории для проведения групповых и практических занятий	Аудио-видео комплекс
3	Компьютерный класс	Персональные компьютеры

4	Аудитория для курсового и дипломного проектирования	Персональные компьютеры
5	Аудитория для самостоятельной работы	Компьютерная техника
6	Читальный зал	Персональные компьютеры

Лист изменений № 1 от 9 января 2020 г

Рабочая программа дисциплины
«Психология массовых коммуникаций»

Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность/профиль образовательной программы:

Медиакоммуникации в цифровой сфере

Из п. 14.2 Информационно-справочные системы исключить с 08.01.2020 г. строку: ЭБС IPRbooks (<http://www.iprbookshop.ru>)

Основание: прекращение контракта № 4784/19 от 25.01.2019 г. на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks.

Внесенные изменения утверждаю:

Начальник УМУ _____ Л.А. Васильева