

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС  
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДЕНА  
кафедрой менеджмента  
Протокол от «27» 12 2021 г. №6

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

**ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

(Б1.О.07)

краткое наименование дисциплины - не устанавливается  
по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в публичной и частной  
сферах»

квалификация выпускника: Бакалавр  
форма обучения: очная, заочная

Год набора — 2021

Новосибирск, 2021

**Авторы–составители:**

канд.социол.наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом Л.В.Соловей

Заведующий кафедрой менеджмента:

доктор экономических наук, доцент

Симагина Ольга Владимировна

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	20
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	22
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	23

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

1.1. Дисциплина Б1.О.07 «Психология массовых коммуникаций» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

*Таблица 1.*

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.3	Способность адекватно распределять роли в рамках выполнения командной задачи
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2	Способность применять социальную информацию, формулировать собственные позиции и мнения по проблемам современного общества и его культуры, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

*Таблица 2.*

ОТФ/ТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения

	УК ОС- 3.3	на уровне знаний: – основные положения психологии массовых коммуникаций на уровне умений: – применять техники и приемы эффективной коммуникации, устанавливать доверительные взаимоотношения – понимать специфику коммуникативной культуры разных социальных групп; на уровне навыков: – выстраивать коммуникации исходя из особенностей поведения участников группы.
	ОПК-4.2	на уровне знаний: – основ психологии массовых коммуникаций; на уровне умений: – выстраивать коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ; на уровне навыков: – эффективной коммуникации с авторами публикаций в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ;

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

По **очной** форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 24 (практического (семинарского) типа) и 48 на самостоятельную работу обучающихся.

По **заочной** форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем 10 (практического (семинарского) типа) и 58 на самостоятельную работу обучающихся.

### Место дисциплины

Б1.О.07 Психология массовых коммуникаций. Дисциплина изучается студентами очной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре, заочной формы обучения на 3 курсе 5-6 семестр.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом - *зачет*.

### 3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

#### Очная форма

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час					Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<b>Раздел 1</b>	<b>Личность в коммуникативном процессе</b>	<b>30</b>			<b>9</b>		<b>18</b>	<b>Т1</b>
Введение	Введение	10			3		6	О1
Тема 1.1	Структура личности как база восприятия информации	10			3		6	Консп 1
Тема 1.2	Психология творчества журналиста	10			3		6	Консп 2
<b>Раздел 2</b>	<b>Социально – психологическая феноменология массовой коммуникации</b>	<b>20</b>			<b>7</b>		<b>14</b>	<b>Т2</b>
Тема 2.1	Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии	10			3		6	Э
Тема 2.2	Феноменология групп	10			4		8	ДП
<b>Раздел 3.</b>	<b>Проблемы эффективности массовой коммуникации</b>	<b>22</b>			<b>8</b>		<b>16</b>	<b>Т3</b>
Тема 3.1	Коммуникация как психологический процесс	11			4		8	М
Тема 3.2	Психологические методы исследования	11			4		8	КР
Промежуточная аттестация								Зачет
<b>Всего:</b>		<b>72</b>			<b>24</b>		<b>48</b>	<b>ак.ч.</b>

Таблица 4

#### Заочная форма

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час	Форма
-------	------------------	--------------------------------	-------

	(разделов)	Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
<b>Раздел 1</b>	<b>Личность в коммуникативном процессе</b>	<b>30</b>			<b>3</b>		<b>24</b>	<b>Т1</b>
Введение	Введение	10			1		8	О1
Тема 1.1	Структура личности как база восприятия информации	10			1		8	Консп 1
Тема 1.2	Психология творчества журналиста	10			1		8	Консп 2
<b>Раздел 2</b>	<b>Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации</b>	<b>20</b>			<b>3</b>		<b>16</b>	<b>Т2</b>
Тема 2.1	Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии	10			1		8	Э
Тема 2.2	Феноменология групп	10			2		8	ДП
<b>Раздел 3.</b>	<b>Проблемы эффективности массовой коммуникации</b>	<b>22</b>			<b>4</b>		<b>18</b>	<b>Т3</b>
Тема 3.1	Коммуникация как психологический процесс	11			2		9	М
Тема 3.2	Психологические методы исследования	11			2		9	КР
Промежуточная аттестация								Зачет
<b>Всего:</b>		<b>72</b>			<b>10</b>		<b>58</b>	<b>ак.ч.</b>

### Содержание дисциплины

#### Раздел 1. Личность в коммуникативном процессе

##### Введение

Психологические теории массовой коммуникации. Структурные модели коммуникации. Элементы коммуникационного процесса. Структура и функции массовой коммуникации. Коммуникативные психологические барьеры. Виды коммуникации: вербальная и невербальная.

#### Тема 1.1. Структура личности как база восприятия информации

Внимание, восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации. Социальные представления: природа и разновидности. Мысли и действия: стили поведения и социальные представления о них. Массовая коммуникация и социальные представления. Психологические механизмы памяти. Массовые явления памяти. Психология народов В.Вундта.

Мотивы и потребности. Соотношение понятий. Теории мотивации. Виды мотивов: интересы, желания, ценности, направленность, стремления, увлечения, установки и др.

Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации. Конформизм и подчинение. Влияние меньшинства и социальные нормы. Социальные установки. Изменение установок. Внешнее подражание и внутренняя перестройка (конверсия).

Опыт и воображение. Творческие способности.

Типология личности: психографика. Соответствие товара (услуг) типу личности, его ожиданиям. Классификация образа жизни как категория психографики. Национальный характер потребителя. Имидж коммуникатора.

### **Тема 1.2. Психология творчества**

Психология творчества журналиста. Психология создателя рекламы. Человек как субъект рекламных коммуникаций. Потребность престижа. Стремление к социальному одобрению собственных поступков и личности. Самореклама. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы.

Творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление. Эмоциональное и рациональное в творчестве. Креативность как усиление себя. Ограничения творчества. Творчество как система и как импровизация.

Методы активизации творческого мышления. Типология игр. Игра как метод активизации мышления. Тренинговые технологии. Мозговая атака, мозговой штурм. Рефлексия как механизм творческого мышления.

## **Раздел 2. Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации**

### **Тема 2.1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.**

Теории и концепции исследования новых медиа. Компьютерная коммуникация.

Закономерности массового поведения и реклама. Психологические основы рекламных коммуникаций. Человек как субъект рекламных коммуникаций.

Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ; интерес как фактор коммуникации.

### **Тема 2.2. Феноменология групп**

Психология слухов. Анализ слухов. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.

Феномен конформизма. Огурпление мышления. Влияние большинства и меньшинства.

Психология моды. Понятие массовых вкусов. Брэнддинг как технология создания моды. Удовлетворение престижных мотивов.

## **Раздел 3. Проблемы эффективности массовой коммуникации**

### **Тема 3.1 Коммуникация как психологический процесс.**

Психологические модели убеждающего воздействия. Роль групповых факторов в процессе убеждения. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории. Убеждение и внушение. Понятия подражания и заражения. Гипноз.

**Тема 3.2 Психологические методы исследования массовой коммуникации**  
 Типология аудитории, сегментация аудитории. Психологические аспекты и методы изучения аудитории.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1 Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1 В ходе реализации дисциплины Б1.О.07 «Психология массовых коммуникаций» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: лекция – дискуссия, проблемная лекция;

- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, проверка конспектов, доклады с презентациями, участие в дискуссии, выполнение практического задания, тестирование.

*Таблица 4.*

<b>Тема</b>	<b>Методы текущего контроля успеваемости</b>
<b>Раздел 1. Личность в коммуникативном процессе</b>	<b>Тестирование 1</b>
Введение	Устный опрос 1
1.1. Структура личности как база восприятия информации	Проверка конспектов. Понятийный диктант
1. 2. Психология творчества	Эссе
<b>Раздел 2. Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации</b>	<b>Тестирование 2</b>
2.1. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии	Устный опрос 2
2.2. Феноменология групп	Анализ учебного видео
<b>Раздел 3. Проблемы эффективности массовой коммуникации</b>	<b>Тестирование 3</b>
3.1. Коммуникация как психологический процесс	Доклады с презентациями
3.2. Психологические методы исследования массовой коммуникации	Контрольная работа

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

- устное собеседование по вопросам;
- письменное тестирование.

##### **4.2 Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре психологии.

## **Примерные вопросы для подготовки к аудиторным семинарским занятиям**

### *Раздел1. Личность в коммуникативном процессе*

1. Предметпсихологии массовых коммуникаций и место личности в нем.
2. Местоирольпсихологии массовых коммуникаций всистеменаучногознания.
3. Атрибутыпсихологии массовых коммуникаций какнауки.
4. Развитиепсихики и коммуникативных способностей личности впроцессеонтогенезаифилогенеза.
5. Массовые коммуникации и социальные представления личности.
6. Физиологическиемеханизмыпсихологическихпроцессовисостоянийличности в коммуникативном процессе.
7. Функцииправогоилевогополушарий. Локализацияпсихическихфункций.
8. Деятельностныйподходвпсихологии массовых коммуникаций.
9. Методыпсихологии массовых коммуникаций: классификация, видыиихособенности.
10. Личностные установки в процессе массовой коммуникации.

### *Раздел2. Социально-психологическая феноменология массовой коммуникации*

1. Феноменология больших социальных групп.
2. Большие группы в массовой коммуникации.
3. Средства массовой коммуникации в контексте социально – психологического знания.
4. Закономерности массового поведения и реклама.
5. Компьютерная коммуникация.
6. Интерес как фактор и коммуникации.
7. Фактор вкусов в массовой коммуникации.
8. Искажение содержания информации в массовой коммуникации.
9. Психическиепознавательныепроцессы в больших группах.
10. Феномен престижа в рекламе.

### *Раздел3. Проблемы эффективности массовой коммуникации.*

1. Психологические модели убеждающего воздействия.
2. Роль групповых факторов в процессе убеждения.
3. Логические и эмоциональные апелляции к аудитории в рекламе.
4. Потребности группы как фактор эффективности коммуникаций.
5. Убеждение и внушение в массовой коммуникации.
6. Подражание и заражение в массовой коммуникации.
7. Восприятие и гипноз.
8. Типология и сегментация аудитории.
9. Психологические аспекты и методы изучения аудитории.
10. Психологические методы исследования эффективности массовых коммуникаций.

### **Примерные темы для написания докладов**

1. Психологическиемеханизмывлиянияменьшинстванабольшинство.
2. Психологическиесловияифакторыизменениясоциальныхустановок.
3. Психологическоевлияниезамедленного действия.
4. РольприменениятехнологийНЛПвмассовыхкоммуникациях.
5. Массоваякоммуникацияи социальныепредставления.
6. Психологическиефеноменыколлективногобессознательного.
7. Стратегииповедениячеловекавусловияхсаморекламы.
8. Брэндингкактехнологиясозданиямоды.
9. Психологическиемоделиубеждающего воздействия.
10. Массовыйгипнозиегопоследствия.

11. Психологические технологии рекламных коммуникаций.
12. Человек как субъект-объект рекламных коммуникаций.
13. Творчество как система и как импровизация.
14. Методы активизации творческого мышления.
15. Влияние компьютерных коммуникаций на массовое сознание.
16. Информация и общественное мнение.
17. Публика и общественное мнение.
18. Психологические технологии и роль распространения слухов.
19. Психологические механизмы пропаганды.
20. Психологические механизмы поведения толпы.
21. Психологические механизмы формирования массовых вкусов.

### **Примерные вопросы для подготовки к зачету**

1. Психологические теории массовой коммуникации: контент-анализ  
Г. Лассуэлла.
2. Психологические теории массовой коммуникации: теория поля К. Левина.
3. Психологические теории массовой коммуникации: бихевиоризм Дж. Уотсона.
4. Психологические теории массовой коммуникации: биологический подход К. Лоренца.
5. Психологические теории массовой коммуникации: когнитивный подход У. Найссера.
6. Психологические теории массовой коммуникации: психоанализ З. Фрейда и его последователей К. Юнга, А. Адлера.
7. Психологические теории массовой коммуникации: гуманистическое направление (К. Роджерс, А. Маслоу)
8. Модели коммуникации.
9. Модель психотерапевтической коммуникации: нейролингвистическое программирование.
10. Модель психотерапевтической коммуникации: психоанализ.
11. Модель психотерапевтической коммуникации: групповая психотерапия (психодрама).
12. Модель психотерапевтической коммуникации: групповая психотерапия (группы встреч).
13. Модели массовой коммуникации.
14. Роль психических познавательных процессов в массовой коммуникации.
15. Социальные представления: природа и разновидности.
16. Массовая коммуникация и социальные представления.
17. Массовидные явления памяти. Психология народов В. Вундта.
18. Теории мотивации.
19. Виды мотивов: интересы, желания, ценности, направленность, стремления, влечения, установки и др.
20. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации.
21. Конформизм и подчинение.
22. Влияние меньшинства и социальные нормы.
23. Творческие способности. Эмоциональное и рациональное в творчестве.
24. Креативность как усиление себя.
25. Ограничения творчества и креативности.
26. Творчество как система и как импровизация.
27. Психология рекламы.
28. Человек как субъект рекламных коммуникаций.
29. Слухи: механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.
30. Феномен конформизма.
32. Влияние меньшинства и социальные нормы.

33. Изменение установок. Внешнее подражание и внутренняя перестройка (конверсия).
34. Убеждение и внушение.
35. Подражание и заражение.
36. Гипноз.
37. Психология моды.
38. Типология личности: психографика.
39. Психологические аспекты и методы изучения аудитории.

#### 4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-3	Способность вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.3	Способность адекватно распределять роли в рамках выполнения командной задачи
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2	Способность применять социальную информацию, формулировать собственные позиции и мнения по проблемам современного общества и его культуры, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Этап освоения компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
УК ОС-3.3. Способность адекватно распределять роли в рамках выполнения командной задачи	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	Адекватно интерпретирует результаты анализа индивидуального и группового поведения в обществе и организациях для решения командных задач

ОПК-4.2. Способность применять социальную информацию, формулировать собственные позиции и мнения по проблемам современного общества и его культуры, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ	Произвел отбор темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстроил коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ
--	--	---

### Примеры тестовых заданий

1. Психология как наука родилась на рубеже XVIII-XIX вв.

\*во второй половине XIX века  
в середине XX века

2. Рождение психологии как науки началось подходом бихевиоризм

когнитивизм  
\*структурализм

3. Возникновение психологии как науки связано с именем

З.Фрейда  
\*В.Вундта  
Дж.Уотсона

4. Структурные компоненты психики

Чувства, эмоции, переживания, настроения	состояния
Ощущение, восприятие, память, мышление, воображение, речь	процессы
Темперамент, характер	свойства

5. Структуру психики составляют психические познавательные процессы, состояния и \_\_\_\_\_ личности.

\*свойства  
\*индивидуальность

6. Проблема соотношения биологического и социального в человеке:

Человек представляет собой продукт воздействующих на него обстоятельств	Сторонники первичной роли среды
Развитие и поведение личности объясняют врожденными задатками, конституцией человека, его генотипом	Сторонники первичной роли наследственности
Человек – существо социально - генетическое	Современные представления

7. Основные функции психики

Воздействия реальной действительности человек фиксирует и осмысливает, формируя в своем сознании реальную картину	Отражение воздействий
---	-----------------------

мира, в соответствии с которой они действуют	окружающей действительности
Человек осознает мотивы и потребности, ставит перед собой цели и задачи деятельности, вырабатывает способы и приемы достижения ее результатов	Регуляции поведения и деятельности людей
Психика обеспечивает адаптацию и ориентацию человека в объективном мире, гарантируя ему эффективное осмысление всех реалий этого мира и адекватное к ним отношение	Осознания своего места в окружающем мире

#### 8. Уровни проявления психики

Чувства - эмоции	Внутреннее - внешнее
Рефлексия - влечение	Сознательное - бессознательное
Блаженство – благоприятный климат	Индивидуальное - групповое

9. Предметом психологии как науки в узком значении являются психические состояния, познавательные процессы и \_\_\_\_\_ личности.

\*свойства

10. Житейская психология воплощается

\*в традициях, пословицах, сказках

В статьях научных журналов

В психотерапии и психокоррекции

11. Способы приобретения типов психологического знания

Формируется у человека в процессе его индивидуальной жизни в результате наблюдений, самонаблюдений и размышлений	житейское
Накапливается в течение длительного времени, добывается систематизированными способами, используются гипотетико-дедуктивные приемы мышления	научное
Добывается опытным путем, в индивидуальной профессиональной практике психолога	практическое

12. Типы психологического знания сохраняются

В народных обрядах, поверьях, поговорках. афоризмах, песнях	житейское
В докладах и публикациях научных семинаров, конференций, симпозиумов, конгрессов	научное
Выступлениях психологов (диагностов, терапевтов) на научно-практических семинарах и конференциях, изданиях учебно-методической литературы	практическое

13. Наблюдение в типах психологического знания

обыденное, несистематичное, неформализованное	житейское
планируется, результаты фиксируются в специализированную карту, обобщаются	научное
целевое, включенное, приводит к выводам и рекомендациям	практическое

14. Компоненты психической организации по З.Фрейду:

Сознательное является лишь небольшой частью психической организации; оно включает в себя только то, что мы осознаем в данный момент времени	сознательное
Инстинктивные элементы, которые никогда не осознаваемы и никогда не доступны сознанию; существует материал, который вытеснен из области сознания; этот материал не забыт и не потерян, но он никогда не вспоминается	бессознательное
Часть бессознательного, которая легко может стать сознательной; участки памяти, которые доступны	предсознательное

#### 15. Механизмы психологической защиты:

Обеспечивает удаление из сознания неприемлемые инстинктивные стремления, мысли и представления	вытеснение
Нахождение правдоподобных причин для оправдания действий, вызванных подавленными, неприемлемыми чувствами	рационализация
Предполагает приписывание источнику трудностей различных негативных качеств как рациональную основу для его неприятия и самопринятия на этом фоне	проекция

#### 16. Механизмы психологической защиты:

Инфантильная подмена принятия решения на действия в соответствии с новыми обстоятельствами, их игнорированием	отрицание
Предполагает возвращение в ситуации внутреннего конфликта к детским стереотипам поведения	регрессия
Индивид снимает напряжение, обращая агрессию на более слабый объект или на самого себя	замещение

#### 17. Механизмы психологической защиты:

Страх блокируется посредством забывания его источника, а также обстоятельств, ассоциативно связанных с ним	подавление
Удовлетворение вытесненного неприемлемого чувства осуществлением социально одобряемых альтернатив	сублимация
Предназначен для сдерживания чувства печали, горя по поводу реальной или мнимой потери, утраты, недостатка, неполноценности	компенсация

#### 18. Развитие сознания в онтогенезе

самоотношение  
самооценка  
самоопределение  
самореализация

#### 19. Бессознательные психические состояния:

желания  
\*установки  
ценности  
\*влечения  
убеждения  
Вес=2

20. Восприятие входит в сферу личности:

- \*познавательную
- эмоционально-волевою
- мотивационно-потребностную

21. Длительность сохранения информации определяет виды памяти

- \*кратковременная
- эмоциональная
- \*долговременная
- зрительная
- \*оперативная

22. Постигание, озарение, внезапное мгновенное осознание решения некоторой проблемы инстинкт

- \*инсайт
- Инновация

23. Психический процесс, выражающийся в построении образа средств и конечного результата предметной деятельности субъекта

- восприятие
- мышление
- \*воображение
- память
- речь

24. Виды речи

Направленная на себя, носит свернутый, сокращенный характер	внутренняя
Общение между людьми при помощи разговора или различных технических средств	внешняя
Речь, при которой активны все ее участники, возникает как ответ на вопрос	диалогическая

25. Свойства внимания:

- \*концентрация
- апперцепция
- \*переключение
- сензитивность
- \*распределение

26. Феномены изучения в психологии личности:

Относительно устойчивая структура умственных способностей индивида	интеллект
Индивидуальные особенности личности, являющиеся субъективными условиями успешного осуществления определённого рода деятельности	способности
Совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающихся и проявляющихся в деятельности и общении	характер

27. Любой внутренний источник, побуждающий к действию потребность

- \*мотив
- мотивировка

28. Состояние испытывания нужды в чем-либо, необходимое для существования и развития

\*потребность

мотив

мотивировка

29. Объяснение субъектом причин своего поведения

потребность

мотив

\*мотивировка

30. Виды мотивов

Совокупность устойчивых мотивов, ориентирующих деятельность личности и относительно независимых от наличных ситуаций	направленность
Объекты, явления, их свойства, абстрактные идеи, воплощающие в себе общественные идеи, как эталон должного	ценности
Способ дифференциации объектов индивидом по их значимости	ценностные ориентации

31. Виды мотивов

Форма проявления познавательной потребности, обеспечивающая направленность личности на осознание целей деятельности и способствующая ориентировке, ознакомлению с новыми фактами, более полному и глубокому отражению действительности	интересы
Готовность, предрасположенность субъекта, возникающая при предвосхищении им появления определенного объекта и обеспечивающая устойчивый целенаправленный характер проявления деятельности по отношению к данному объекту	установки
Психическое состояние, выражающее недифференцированную, неосознаваемую или достаточно осознанную потребность субъекта	влечение

32. Процесс и результат усвоения и активного воспроизводства индивидом социального опыта, осуществляемый в общении и деятельности– это \_\_\_\_\_ .

\*социализация

33. Механизм социализации: уподобление, отождествление с кем-либо, чем-либо– это \_\_\_\_\_ .

\*идентификация

34. Личность в процессе социализации усваивает общественные функции или \_\_\_\_\_ .

\*роли

35. Феномены изучения в психологии личности:

Система взглядов на окружающий мир и место в нем человека, на отношение человека к окружающей его действительности и самому себе	мировоззрение
Осознание человеком своего общественного статуса и своих жизненно важных потребностей, мыслей, чувств, мотивов, переживаний, действий	самосознание
Оценка личностью самой себя, своих возможностей, качеств и места среди других людей	самооценка

36. Рефлексия свойственна:

\*только человеку  
и человеку, и животным  
преимущественно животным

37. Рефлексия– это

Опосредованная нервной системой закономерная ответная реакция организма на раздражитель

\*процесс самопознания субъектом внутренних психических актов и состояний  
\*осмысление и переосмысление различных содержаний сознания

38. Структура характера по Р. Кеттеллу

\*эмоционально-волевые особенности  
Организаторские способности  
\*интеллектуальные способности  
Физиологические особенности  
\*коммуникативные свойства и особенности межличностного взаимодействия

39. Составляющие понятия«статус»

\*позиция индивида  
Групповые нормы  
Набор социальных символов  
\*определенное место в группе  
\*относительное место индивида в социальной системе  
Объем прав и обязанностей

40. Понимание человеком эмоционального состояния другого человека путем сопереживания, чувствования переживания другого человека- \_\_\_\_\_

\*эмпатия

### **Примерные темы контрольных работ**

1. Психологические механизмы влияния меньшинства на большинство.
2. Психологические условия и факторы изменения социальных установок.
3. Психологическое влияние замедленного действия.
4. Роль применения технологий НЛП в массовых коммуникациях.
5. Массовая коммуникация и социальные представления.
6. Психологические феномены коллективного бессознательного.
7. Стратегии поведения человека в условиях саморекламы.
8. Брэндинг как технология создания моды.
9. Психологические модели убеждающего воздействия.
10. Массовый гипноз и его последствия.
11. Психологические технологии рекламных коммуникаций.
12. Человек как субъект и объект рекламных коммуникаций.
13. Творчество как система и как импровизация.
14. Методы активизации творческого мышления.
15. Влияние компьютерных коммуникаций на массовое сознание.
16. Информация и общественное мнение.
17. Публика и общественное мнение.
18. Психологические технологии и роль распространения слухов.
19. Психологические механизмы пропаганды.
20. Психологические механизмы поведения толпы.

## 21. Психологические механизмы формирования массовых вкусов.

### Шкала оценивания

Таблица 2.

зачет	Критерии оценки
Не зачтено	Компетенция «Способность проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества», предусмотренная рабочей программой дисциплины, не сформирована. Не продемонстрировано владение содержанием и особенностями процессов самоорганизации и самообразования. Не продемонстрировано владение способами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний. Не продемонстрировано владение психологической информацией, отобранной для выполнения учебных задач. Не сформирован интерес к учебе. Не продемонстрировано владение приемами организации собственной познавательной деятельности, осознавая перспективы профессионального развития.
зачтено	Компетенция, предусмотренная рабочей программой дисциплины сформирована. Продemonстрировано владение содержанием и особенностями процессов самоорганизации и самообразования. Продemonстрировано владение способами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний, способность проявлять толерантные отношения. Продemonстрировано владение психологической информацией, отобранной для выполнения учебных задач. Сформирован интерес к учебе. Продemonстрировано владение приемами организации собственной познавательной деятельности, осознавая перспективы профессионального развития.

#### 4.4 Методические материалы промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине выставляется по результатам выполнения всех заданий текущего контроля и итоговой контрольной работы, направленной непосредственно на формирование и оценку способности выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Контрольная работа выполняется студентами во время внеаудиторной самостоятельной работы и представляет собой творческое задание по планированию собственного личностного и профессионального развития на каком-либо этапе или этапах жизненного пути.

Оценка работы выставляется по двухбалльной шкале (зачет/незачет). Основанием для «зачета» служат критерии, положенные в основу шкалы оценивания.

В случае получения отметки «не зачтено» студенту назначается дополнительное время для повторной сдачи работы и устного собеседования по разделам и темам дисциплины, определениям базовых понятий курса и проектированием траектории собственного развития.

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» ориентирована на формирование компетенции, необходимой при применении способности выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов:

Образования в течение всей жизни и предназначена для того, чтобы дать теоретические представления о содержании психологического знания как научного и практического знания применительно к сфере управления.

Как любая наука, психология массовых коммуникаций, имеет объект, предмет исследования, цель, задачи и гипотезы. Для достижения целей и задач, а также проверки гипотез, психология опирается на свою методологическую базу, используя соответствующие методы и методики.

Кроме того, дисциплина «Психология массовых коммуникаций» ориентирована на получение практических навыков, таких как умение прогнозировать кризисы и перспективы личностного и профессионального развития и применять методы по планированию и реализации планов.

В процессе освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» используются следующие методы обучения:

- лекционные занятия;
- практические (семинарские) занятия;
- самостоятельная работа обучающихся.

Материалы лекций являются основой для подготовки обучающихся к практическим (семинарским) занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы. Для развития основных знаний, умений и навыков лекционный курс состоит из традиционных лекций, лекций проблемного типа, лекций-дискуссий. Практические (семинарские) занятия позволяют более детально проработать наиболее важные темы курса. Целью практических (семинарских) занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы занятия. Практические занятия предполагают активную работу обучающихся с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов, навыков исследовательской работы и творческого подхода к решению поставленных задач.

Для развития компетенций будущих руководителей наряду с традиционными применяются современные активные методы обучения:

- командная работа по решению проблемных ситуаций (case-study);
- творческие задания (эссе, моделирование);
- групповые дискуссии по теоретическим и практическим проблемам управления групповым процессом в условиях проблемно-конфликтных ситуаций и принятия решений, и подготовка презентаций;
- мозговой штурм по формированию гипотез и поиску решения проблем в условиях неопределенности;
- доклады с мультимедиа-презентациями по вопросам.

Основными методами развития навыков командной работы являются метод конкретных ситуаций (case-study) и деловые игры.

Суть метода конкретных ситуаций заключается в его направленности на развитие компетентности в принятии решений в условиях, максимально приближенных к реальности. Главная особенность метода в том, что участники во время работы над конкретной учебной ситуацией находятся не в пассивной роли получателя информации, а оказываются в центре процесса решения проблемы. Кейс-метод играет важную роль в активизации процесса обучения студентов, сближении с реальной практикой, повышении эффективности профессиональной подготовки, развитии навыков командной работы и лидерских качеств будущих специалистов.

Профессиональные навыки, формируемые в процессе работы над учебной ситуацией: выявление, определение и решение проблем; работа с информацией – осмысление контекста и значения деталей ситуации; анализ и синтез информации; работа с предположениями и заключениями; развитие альтернативного мышления; оценка альтернатив; принятие решений; навыки межличностной и групповой коммуникации; понимание проблем реализации принятых решений; соотнесение теории с учебной ситуацией и с реальной практикой; представление результатов работы.

Личностные лидерские качества, важные для руководителя, развиваются и воспитываются в образовательной среде и в процессе групповой работы над кейсами, разработкой проектов, публичной защите групповых решений.

Учебным планом для студентов предусмотрена самостоятельная работа, которая способствует более полному усвоению теоретических знаний, выработке навыков аналитической работы с литературой.

Самостоятельная работа студентов включает следующие виды: подготовку к практическим (семинарским) занятиям в соответствии с вопросами, представленными в рабочей программе дисциплины, изучение нормативно-правовых актов, работа с информационными ресурсами (сайтами), изучение учебного материала, отнесенного к самостоятельному освоению, выполнение домашних заданий, выполнение контрольной работы.

Формами контроля самостоятельной работы являются тестирование, проверка и оценка письменных контрольных заданий и конспектов, устные опросы.

#### *Методические указания по выполнению контрольной работы*

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно- исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4, гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не

имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

## **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **6.1 Основная литература**

1. Войтик И.М. Психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов очной формы обучения по специальности 030602.65 Связи с общественностью / И. М. Войтик; Федер. Агентство по образованию, Сиб. акад. гос. службы. - Новосибирск: Изд-во СибАГС, 2010. - 191 с.
2. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / С. А. Никулина. - Электрон. дан. — Москва: Директ-Медиа, 2014. - 170 с. — Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. Сэкрана.
3. Романов А.А. Массовые коммуникации [Электронный ресурс] : учеб.-практ. пособие / А. А. Романов. - Электрон. дан. — Москва: Евраз. Открытый ин-т, 2014. - 175 с. — Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162&sr=1>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. Сэкрана.

### **6.2 Дополнительная литература**

1. Кошелева А.Н. Психология Интернет-коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. -метод. комплекс / А. Н. Кошелева. - Электрон. дан. — Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2015. - 27 с. — Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435445>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. сэкрана.
2. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учеб. пособие / М. Е. Кудрявцева. - Электрон. дан. — Москва: Директ-Медиа, 2016. - 135 с. — Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. сэкрана.
3. Лебедева Л.В. Психология рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л. В. Лебедева. — Электрон. дан. — Москва: ФЛИНТА, 2015. — 129 с. — Доступ из ЭБС издательства «Лань».

- Режимдоступа:[http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1\\_id=20251](http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=20251),  
требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. сэкрана.
4. Олешко В.Ф. Психология журналистики [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. Ф. Олешко. - Электрон. дан. — Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2014. - 478 с. — Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276355>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. сэкрана.
5. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Рос. акад. наук, Ин-т психологии; отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. - Электрон. дан. — Москва: Ин-т психологии РАН, 2016. - 400 с. — Доступ из Унив. б-ки ONLINE. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271662>, требуется авторизация (дата обращения: 03.11.2021). — Загл. сэкрана.
6. Резепов И.Ш. Психология рекламы PR: учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Москва: ДашковиК, 2013. - 223 с.

### 6.3 Интернет-ресурсы

Обзор психологических ресурсов ИНТЕРНЕТ находится на сайте:

<http://www.rsl.ru/ru/s3/s331/s122/d1312/d13124792>:

1. <http://www.psychology.ru/>
2. <http://psi.webzone.ru/>
3. <http://psychology.net.ru/slovar/index.shtml>
4. <http://azps.ru/>
5. <http://lib.ru/PSIHO/>
6. <http://bookap.info/>
7. <http://psylib.kiev.ua/>
8. <http://flogiston.ru/library> и др.
  1. Psychology.ru – Психология на русском языке [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://www.psychology.ru/>, свободный
  2. Психологический словарь [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://psi.webzone.ru/>, свободный
  3. Мир психологии: публикации [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://psychology.net.ru/slovar/index.shtml>, свободный
  4. А. Я. Психология: тесты, тренинги, словарь, статьи [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://azps.ru/>, свободный
  5. Lib.Ru: Психология [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://lib.ru/PSIHO/>, свободный
  6. Психологическая библиотека [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://bookap.info/>, свободный
  7. Самопознание и саморазвитие: Психологическая библиотека Киевского Фонда содействия развитию психической культуры [Электронный ресурс]: офиц. сайт. Режим доступа: <http://psylib.kiev.ua/>, свободный
  8. Логистон: Библиотека по психологии [Электронный ресурс] : офиц. сайт. Режим доступа: <http://flogiston.ru/library>, свободный

## 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий лекционного типа), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и кресла – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; экран; персональный компьютер; звуковая система;

проектор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья – рабочие места обучающихся и преподавателя); доска аудиторная; персональный компьютер; телевизор; веб-камера. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации.

Компьютерный класс, учебная аудитория для проведения учебных занятий (занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: комплект специализированной учебной мебели (столы и стулья - рабочие места обучающихся и преподавателя), доска аудиторная; персональные компьютеры моноблоки; проектор; веб-камера; экран. Выход в Интернет и доступ в электронную информационно-образовательную среду организации, в том числе с рабочих мест обучающихся. Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows; пакеты лицензионных программ: MS Office, MS Teams, СПС КонсультантПлюс, лицензионное антивирусное программное обеспечение.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Информационно-ресурсный центр) оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.

Программное обеспечение: ОС Microsoft Windows, Пакет Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint), Microsoft Teams, лицензионное антивирусное программное обеспечение.