

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Дзержинский филиал ННГУ

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ
(протокол от «16» июня 2021 г. № 8)

Рабочая программа дисциплины

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки / специальность

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность образовательной программы

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ
УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ**

Форма обучения

ОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Год набора: 2021

Дзержинск
2021

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.11 Психология массовых коммуникаций относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль: Реклама и связи с общественностью в системе управления компанией.

Дисциплина предназначена для освоения.

- студентами очной формы обучения - в 4 семестре,
- студентами заочной формы – в 4 семестре.

Цель освоения дисциплины: - подготовка специалистов, владеющих знаниями в области психологии массовых коммуникационных процессов, психологии воздействия СМИ на массовое сознание и умеющих их использовать в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- дать системное представление о психологии массовых коммуникационных процессов;
- обучить психологическим особенностям осуществления рекламных кампаний и мероприятий.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПРК-13. Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	ПКР-13.2. Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.	Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности; Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;	<i>Контрольные вопросы Контрольная работа</i>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	5 ЗЕТ		5 ЗЕТ
Часов по учебному плану	180		180
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):	62		22
- занятия лекционного типа	24		10
- занятия семинарского типа	36		10
- КСРИФ	2		2
самостоятельная работа	82		149
Промежуточная аттестация – экзамен	36		9

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них														
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема 1. Актуальные проблемы психологии массовых коммуникаций	23	0	26	4		1	6		1				10	0	2	13		24
Тема 2. Психологические теории МК-воздействия	23	0	27	4		1	6		1				10	0	2	13		25
Тема 3. Социально-психологические аспекты МК в	24	0	29	4		2	6		2				10	0	4	14		25

оффлайн и онлайн среде																	
Тема 4. Роль стереотипов и установок в МК-воздействии.	24	0	29	4		2	6		2				10	0	4	14	25
Тема 5. Психологические аспекты убеждающего воздействия МК	24	0	29	4		2	6		2				10	0	4	14	25
Тема 6. Эффективность массовой коммуникации на основе социально-значимых ценностей	24	0	29	4		2	6		2				10	0	4	14	25
Контроль самостоятельной работы	2		2										2		2		
Промежуточная аттестация – экзамен, Контрольная работа(для заочного отделения)	36		9														
Итого	180	0	180	24	0	10	36	0	10	0	0	0	62	0	22	82	0 149

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

Промежуточная аттестация проходит в традиционной форме (экзамен).

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа является важнейшим элементом в системе обучения студента, поскольку способствует самоорганизации, развитию навыка управления временем и самостоятельного решения задач. Основными формами самостоятельной работы студентов являются: подготовка к семинарским занятиям, составление конспекта, подготовка к выступлению на семинаре, подготовка доклада, написание контрольной работы (эссе), подготовка к тестированию, подготовка к ролевой игре.

Подготовка к семинарским занятиям. Данный тип самостоятельной работы предполагает освоение той литературы, которая указана в планах семинарских занятий. Освоение литературы происходит согласно сформулированным к семинарским занятиям вопросам, которые являются своего рода ориентирами при отборе из прочитанного главного.

Составление конспекта. Конспект представляет собой сжатое изложение основных идей, изложенных в учебной литературе. Задачей, стоящей перед студентом при написании конспекта, является формулирование собственных идей на основе прочитанного. Цитирование уместно лишь тогда, когда нужно привести слова автора, например, когда дается определение, приводятся цифры или факты, предлагается аргументация положений. Объем конспекта – 6-7 страниц. Обязательны поля. Ключевые слова желательно подчеркивать маркером. Таким образом должен быть подготовлен каждый вопрос семинарского занятия.

Подготовка к выступлению на семинаре. Выступление должно быть по существу затронутых вопросов. При этом важно ссылаться на источники и литературу, из которых заимствовался материал. Желательно прокомментировать заимствованное из прочитанной литературы, раскрыть его сильные стороны. Ответ должен быть емким и не превышать пяти минут. В заключении важно обобщить сказанное, используя речевые клише.

Подготовка доклада. Выступление с докладом на семинаре – одна из форм, давно и успешно апробированных преподавательской практикой. Она позволяет одновременно решить целый комплекс задач: прежде всего она позволяет студенту основательно изучить интересующий его вопрос; затем предоставляет возможность изложить материал в компактном и доступном виде; далее – привнести в текст полемическую заостренность; наконец, приобрести начальные навыки презентации.

Доклад должен быть рассчитан на 10 минут выступления. Он должен содержать в себе три основные части: *вступление, основная часть, заключение*. Во вступлении необходимо обосновать важность и актуальность рассматриваемого вопроса. При этом нужно не забыть об ярких, запоминающихся примерах, фактах, цифрах, которые помогут заинтересовать публику, привлечь внимание слушателей. В основной части следует раскрыть тему доклада. Важным является сопровождение рассматриваемых положений своими комментариями. В заключении следует сделать краткие выводы.

Подготовка презентации. Доклад обучающегося может сопровождаться презентацией. Для подготовки презентации студенту необходимо выделить наиболее важные моменты сообщения и выстроить их в логической последовательности. Технически для подготовки презентации рекомендуется использовать программу Power Point. Особое внимание следует уделить принципам подготовки презентации: информационной наполненности слайдов, цветовому сопровождению материала и т.д. не стоит забывать о принципах публичного выступления и коммуникативных приемах.

Написание контрольной работы (эссе). Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Требования к оформлению работы. Общий объем самостоятельной работы – до 6 страниц рукописного текста. В правом верхнем углу листа следует указать свою фамилию, номер группы, дату написания работы. Далее в центре листа написать тему эссе.

Подготовка к тестированию. При подготовке к тестированию необходимо обратить внимание на термины, понятия, имена выдающихся мыслителей.

Тест предполагает проверку знаний, полученных в ходе изучения конкретной темы. Для подготовки к нему целесообразно перечитать конспекты лекций и семинарских занятий, освоить

всю информацию, включенную в учебно-методические пособия и учебники по конкретной теме. Время на подготовку к тесту – 2-4 часа.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Психология массовых коммуникаций», созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru>.

Учебно-методические документы, регламентирующие самостоятельную работу

1. Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при реализации образовательных программ высшего образования в ННГУ (Приказ от 29.12.2017 №630-ОД);
2. Положение о фонде оценочных средств, (Приказ от 10.06.2015 №247-ОД);
3. Положение об электронной информационно-образовательной среде ННГУ (Приказ от 20.11.2019 №601-ОД);
4. Положение о порядке организации и освоения факультативных и элективных дисциплин (модулей) в ННГУ (Приказ от 19.09.2017 № 427-ОД);
5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов: учебно-метод. пособие/Е.И. Яковлева, А.В. Крымов, П.Ю. Иванов, Ю.В. Родионова, Е.В. Себина. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 62 с.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность	При решении стандартных задач не продемонстрировано	Продemonstrированы основные умения.	Продemonstrированы все основные умения.	Продemonstrированы все основные умения.	Продemonstrированы все основные умения, реше	Продemonstrированы все основные умения.

	ть оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	ированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	ны все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
	Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»

не зачтено	Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы к экзамену

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Массовая коммуникация как разновидность коммуникации. Различия между массовой коммуникацией и межличностным общением.	ПКР-13
2. Особенности МК. Роль психологии в исследованиях МК-воздействия	ПКР-13
3. Роль информации в МК-воздействии. Виды информации, их роль в жизни общества и человека.	ПКР-13
4. Этапы оформления массовой коммуникации как социального института	ПКР-13
5. Характеристика «передающей» и «символической» модели МК.	ПКР-13
6. Функции средств массовой коммуникации в современном обществе.	ПКР-13
7. Методы исследования социально-психологического воздействия МК	ПКР-13
8. Психологические исследования аудитории СМИ	ПКР-13
9. Этапы исследования медиавоздействия	ПКР-13
10. Роль необихевиоризма в исследовании МК-воздействия: основные принципы и понятия	ПКР-13
11. Особенности воздействия «агрессивных» СМИ на поведение людей. Модель «мальчика Мартина» Хьюсмана	ПКР-13
12. Йельская школа убеждающей коммуникации	ПКР-13
13. Социально-когнитивная теория социального научения	ПКР-13
14. Роль наблюдения в моделировании новых моделей поведения	ПКР-13
15. Психологические особенности переработки социальной информации. Понятия «категория», «схема», «сценарий».	ПКР-13
16. Массовые психические состояния и проявления.	ПКР-13

17. Социальные стереотипы в восприятии человека человеком. Виды и свойства социальных стереотипов.	ПКР-13
18. Теории социализации о воздействии МК на человека	ПКР-13
19. Основные постулаты теории культивирования.	ПКР-13
20. Роль социальной установки в убеждающем МК-воздействии	ПКР-13
21. Основные характеристики установочной системы. Парадокс Лапьера	ПКР-13
22. Проблема влияния установок на поведение: доступность установки, личностные и ситуационные факторы.	ПКР-13
23. Психологические механизмы массовой коммуникации.	ПКР-13
24. Влияние стереотипов на поведение и психику: эффект самоисполняющегося пророчество, фундаментальная ошибка атрибуции.	ПКР-13
25. Характеристика стереотипных эффектов, вызывающих специфические эффекты и ошибки восприятия	ПКР-13
26. Модель убеждающей коммуникации Мак-Гуайра. Теория когнитивного ответа.	ПКР-13
27. Модель вероятности сознательной обработки информации	ПКР-13
28. Конформизм. Сопротивление социальному давлению.	ПКР-13
29. В чем заключаются социально-этические проблемы массовой коммуникации. Американский и немецкий подходы к медиа-воздействию	ПКР-13
30. Социально-психологических аспектов формирования общественного мнения.	ПКР-13
31. Роль заражения в МК-процессе. Социально-психологический феномен паники и механизмы ее предотвращения.	ПКР-13
32. Роль подражания в МК.	ПКР-13
33. Психология формирования имиджа посредством МК	ПКР-13
34. Массовая коммуникация как разновидность коммуникации. Различия между массовой коммуникацией и межличностным общением.	ПКР-13
35. Особенности МК. Роль психологии в исследованиях МК-воздействия	ПКР-13
36. Индивидуальные особенности человека и восприятие информации.	ПКР-13

5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-13

Тест.

1. Коммуникация представляет собой:

- А) информационное взаимодействие;
 - Б) общение;
 - В) речевую деятельность;
 - Г) процесс взаимодействия и передачи информации.
2. Массовая коммуникация - это:
- А) передача информации большим по численности группам людей;
 - Б) взаимодействие больших социальных групп в условиях противоборства;
 - В) взаимодействие между различными индивидами при непосредственном контакте;
 - Г) комплекс средств связи между источником и приемником информации;
3. Понятие "массовая информация" означает:
- А) периодические печатные издания;
 - Б) социальная информация, которой оперирует масса;
 - В) распространение информации;
 - Г) общение, передача информации от человека к человеку.
4. Двухступенчатая модель коммуникации открыта:
- А) У. Эко;
 - Б) П. Лазарсфельдом;
 - В) Аристотелем;
 - Г) Ю. Лотманом.
5. Сущность модели "привратника" в информационном процессе:
- А) информация фильтруется на выходе из источника;
 - Б) информация фильтруется на входе;
 - В) информация фильтруется на выходе и на входе;
 - Г) информация передается от источника к реципиенту.
6. Социальные функции массовой коммуникации:
- А) информационная, регулятивная, культурологическая;
 - Б) контроль за информацией, функция "антенны";
 - В) функция призмы - формирование новых моделей поведения;
 - Г) функция эха.
7. Какая модель теле- и радиовещания доминирует в США?
- А) частное коммерческое;
 - Б) государственное;
 - В) общественное;
 - Г) смешанное.
8. Психологический механизм, основанный на прямом и неаргументированном воздействии на коммуниканта, предполагающий некритичное восприятие информации - это:
- А) убеждение;
 - Б) спираль молчания;
 - В) внушение;
 - Г) аттитюд.
9. К технологиям манипулятивного воздействия в массовой коммуникации не относится:
- А) директива;
 - Б) манипуляция;
 - В) толерантность;

Г) диалог.

10. Приписывание причин, объяснение поведения другого при возникновении трудностей в совместной деятельности - это:

А) социальная стереотипизация;

Б) рефлексия;

В) идентификация;

Г) каузальная атрибуция.

5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-13

Практическое задание 1 (контролируемая компетенция ПКР-13).

Какие из нижеперечисленных свойств будут относиться только к межличностной коммуникации (А), только к массовой коммуникации (Б), и к массовой и к межличностной коммуникации (В). Распределите приведенные ниже факторы по этим блокам, используя следующую схему:

А: перечисление соответствующих пунктов;

Б: перечисление соответствующих пунктов;

В: перечисление соответствующих пунктов.

Свойства коммуникации:

1. Обмен информацией между коммуникатором и реципиентом
2. В большей степени спонтанный характер общения
3. Периодичность информации и повышенная требовательность к соблюдению принятых норм общения
4. Ярко выраженная социальная ориентированность сообщения
5. Формирование, уточнение, развитие информации
6. Прямая обратная связь
7. Организованный институциональный характер общения
8. Опосредованность общения техническими средствами передачи информации
9. Отсутствие периодичности информации, более «свободное» отношение к соблюдению принятых норм общения
10. Фиксированность, неизменность ролей коммуникатора и реципиента
- 11 «Коллективный» характер коммуникатора
12. Воздействие на партнера по коммуникации

Практическое задание 2 (контролируемая компетенция ПКР-13)

Анализ конкретных ситуаций (кейс-стади) подобрать мультфильмы, фрагменты фильмов, трейлеры (длительность 10 мин.) и тексты. Демонстрация сюжетов, текстов. Анализ демонстрируемых стереотипов и эффектов МК.

Практическое задание 3 (контролируемая компетенция ПКР-13)

Проанализируйте приведенные ниже рекламные тексты и выберите правильный ответ (А или Б). Апелляция к какой референтной группы прослеживается в каждом из приведенных ниже высказываний:

1. «На репетиции или на съемках... нужно каждый раз доказывать, что ты что-то можешь, и прежде всего себе. Важно ценить себя и то, что ты делаешь. И никогда не притворяться. Кинопроект «Потому что это Я» компании ИЛЬ ДЕ БОТЭ, по-моему, тоже об этом: о том, как важно быть естественным, настоящим. Быть собой. Поэтому мне было очень приятно сниматься в четвертой картине этого ни на что не похожего проекта» (Инна Чурикова, народная артистка России, исполнительница главной роли в фильме ИЛЬ ДЕ БОТЭ «Близкое объятие») (А - ценностная референтная группа или Б - группа идентификации).

2. «Восемь часов по Гринвичу. Агент D покидает резиденцию братства Diablo с особым поручением Верховного Главы. ПУТЬ К ТАЙНАМ БРАТСТВА DIABLO (рекламный текст сигарет с аналогичным названием) (А - воображаемая группа или Б - реальная)

Практическое задание 4 (контролируемая компетенция ПКР-13)

Составить несколько вариантов новостного выпуска, где сообщения будут иметь различный порядковый номер. Разделить группу на две части, дать прослушать сообщение каждой подгруппе, проанализировать эффект от новостного выпуска.

Практическое задание 5 (контролируемая компетенция ПКР-13)

Представить несколько сюжетов СМК, где транслируются разные эталонные представления. После демонстрации групповой анализ транслируемых норм.

5.2.4. Темы курсовых работ, эссе, рефератов

Темы докладов и рефератов

1. Характеристика эффектов МК, оказываемых на человека и общества
2. Эмоциональные и рациональные способы аудитории реагирования на МК-сообщение: преимущества и ограничения
3. Основные психологические приемы, используемые в МК-сообщениях, размещенных посредством разных каналов
4. Психологические технологии воздействия коммуникатора на аудиторию.
5. Проблема социальной ответственности современных СМИ перед обществом
6. Психологические аспекты в организации и проведении пропагандистских компаний.
7. Психологические аспекты в организации и проведении информационных компаний.
8. Психологические аспекты в организации и проведении рекламных компаний.
9. Специфика воздействия кино и компьютерных игр на человека и его образ мира
10. Психологические типы потребителей МК-сообщений.
11. Практика использования контент-анализа в МК.
12. Практика использования фокус-групп для исследования аудитории.
13. Проблема креативности в работе коммуникатора.
14. Роль массовой коммуникации в продвижение инновационных технологий
15. Психологические аспекты конструирования имиджа организации с использованием МК

Темы контрольных работ

1. Межличностная и массовая коммуникация. Различие традиционных каналов СМК.
2. Специфика новостных сообщений в СМК и их эффективность.
3. Особенности сообщения, оказывающие влияние на его эффективность.
4. Особенности коммуникатора, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
5. Особенности аудитории, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
6. Пользователи Интернета. Особенности общения в Интернете.
7. Интернет-зависимость, ее психологические особенности.
8. Обучающий и убеждающий потенциал Интернет-коммуникации.
9. Электронные дискуссионные группы.
10. Деструктивное поведение в средствах массовой коммуникации и его влияние на аудиторию.
11. Формирование эталонных представлений средствами массовой коммуникации.

12. Формирование ценностей средствами СМК.
13. Образы групп в средствах массовой коммуникации.
14. Возрастные группы и восприятие сообщений СМК.
15. Положительное влияние СМК на аудиторию.
16. Роль внушения, заражения и подражания в рекламе.
17. Психологическая основа модного поведения.
18. Распространение слухов и их предотвращение.
19. Деструктивное поведение в средствах массовой коммуникации и его влияние на аудиторию.
20. Психологические эффекты скрытой рекламы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование) (Обложка) ISBN 978-5-16-004777-5, 500 экз. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=429960>
2. Руденко, А.М. Психология массовых коммуникаций : учебник [Электронный ресурс] / А.М. Руденко, А.В. Литвинова; под ред. А.М. Руденко. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 303 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/23673>. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=346893>
3. Тимофеев М.И. Психология рекламы: Учебное пособие [Электронный ресурс] / М.И. Тимофеев. - М.: РИОР, 2019. - 224 с.: 70х100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00183-7 (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=359702>

б) Дополнительная литература:

1. Лебедева, Л. В. Социальная психология [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. В. Лебедева. - М.: ФЛИНТА, 2019. - 230 с. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=342794>
2. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. - М.: ФЛИНТА, 2019. - 272 с. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=342796>
3. Психология массового поведения: Монография / В.А. Соснин. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 160 с. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354515>
2. Островский Э.В. Психология менеджмента: Учебное пособие [Электронный ресурс] / Э.В. Островский; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0340-1, 500 экз. (доступно в ЭБС «Знаниум»). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=428132>

в) Программное обеспечение и ресурсы Интернет

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] Режим доступа <http://www.akarussia.ru/> — Загл. с экрана.

2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // Режим доступа www.sostav.ru. — Загл. с экрана. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] Режим доступа // www.advertology.ru. — Загл. с экрана.
3. Фонд образовательных электронных ресурсов ННГУ Электронный ресурс [Электронный ресурс]. <http://www.unn.ru/books/resources.html> - Загл. с экрана.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ученические столы и стулья, мелованная доска, набор учебно-наглядных пособий, рабочее место преподавателя: стол, стул, кафедра.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Специальные условия организации обучения по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация обучения по дисциплине инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья при наличии таких обучающихся путем создания специальных условий для получения образования.

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии).

В соответствии с Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утв. Минобрнауки РФ 08.04.2014 АК-44/05вн при изучении дисциплины предполагается использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности обучающихся для достижения запланированных результатов обучения и формирования компетенций. Форма проведения промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей. По личной просьбе обучающегося с ограниченными возможностями здоровья, изложенной в форме письменного заявления, по дисциплине предусматриваются:

- замена устного ответа на письменный ответ при сдаче зачета или экзамена;
- увеличение продолжительности времени на подготовку к ответу на зачете или экзамене;
- при подведении результатов промежуточной аттестации студентов выставляется максимальное количество баллов за посещаемость аудиторных занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор (ы): старший преподаватель кафедры гуманитарно-правовых дисциплин ДФ ННГУ
Ю.В. Родионова.

Программа одобрена Методической комиссией Дзержинского филиала ННГУ, протокол № 4
от 07.06.2021 года.