

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет филологии и журналистики
Кафедра экономики и менеджмента

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



С. С. Худяков
«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.24 Психология и социология массовых коммуникаций

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Тамбов, 2022

Автор программы:

Кандидат экономических наук, доцент Чепурова Ирина Федоровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры экономики и менеджмента «27» июня 2022 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «04» июля 2022 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	11
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	37
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	38
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	40

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Анализирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)				Заочная (семестр)			
		3	4	5	6	3	4	5	6
1	Массовые коммуникации и медиапланирование	+	+			+	+		
2	Психология рекламы			+	+			+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Психология и социология массовых коммуникаций» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Психология и социология массовых коммуникаций» изучается в 4, 5, 6 семестрах.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 11 з.е.

Очная: 11 з.е.

Заочная: 11 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	396	396
Контактная работа	160	44
Лекции (Лекции)	70	20
Практические (Практ. раб.)	90	24
Самостоятельная работа (СР)	162	328
Курсовая работа	2	2
Экзамен	72	18
Зачет	-	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
4 семестр								
1	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	6	2	6	2	14	20	Собеседование, опрос
2	Структура личности как база восприятия информации	4	1	4	1	15	20	Собеседование, опрос
3	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	4	1	4	1	15	20	Собеседование, опрос; Реферат
5 семестр								
4	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	8	2	8	2	18	30	Собеседование, опрос

5	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	6	1	8	2	18	30	Собеседование, опрос
6	Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	6	2	6	2	10	30	Собеседование, опрос
7	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	8	2	6	2	16	30	Собеседование, опрос
8	Аудитория средств массовой коммуникации	8	1	8	2	10	33	Собеседование, опрос; Реферат
6 семестр								
9	Психологический анализ средств массовой коммуникации	4	2	8	2	8	23	Собеседование, опрос
10	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	4	1	8	2	10	23	Собеседование, опрос
11	Общие принципы организации и проведения эмпирических социологических исследований массовых коммуникаций	4	2	8	2	8	23	Собеседование, опрос
12	Эмпирические социологические исследования коммуникатора и текста массовых коммуникаций	4	2	8	2	12	23	Собеседование, опрос
13	Эмпирические социологические исследования реципиента массовых коммуникаций	4	1	8	2	8	23	Собеседование, опрос; Тестирование

Лекция.

Роль социальной коммуникации в современном мире. Социология массовой коммуникации как наука и как учебная дисциплина. Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории массовой коммуникации. Социально-экономические и культурные причины возникновения социологии коммуникаций как нового направления социологии. Этапы формирования социологии коммуникаций. Социология массовой коммуникации как интегрирующая научная дисциплина. Связь с другими науками: семиотикой, информатикой, философией, культурологией, этнологией, этнографией, психологией, лингвистикой, менеджментом. Социология массовой коммуникации в ряду других специальных социологических теорий.

Предмет и задачи курса. Объект, предмет и основные понятия социологии массовой коммуникации. Формы, уровни и виды коммуникаций. Базовые составляющие массовой коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы; б) коммуникативные системы; в) виды, каналы и средства массовой коммуникации, обеспечивающие перед

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 2. Структура личности как база восприятия информации (ОПК-5)

Лекция.

Интересы аудитории как основа массовой прессы. Интерес общества к социальной рекламе. Факторы интереса личности к информации. Права аудитории на информацию и проблема прав индивида.

Социальный статус как базовая детерминанта коммуникаций. Коммуникативные аспекты социальной идентичности. Социальный статус и целевая группа. Поло-возрастные различия в коммуникации. Изменение коммуникативной доминанты в различные возрастные периоды. Гендерные аспекты социальных коммуникаций. Гендерная специфика стилей общения. Гендерные стереотипы в деловой коммуникации. Гендерные аспекты рекламной и маркетинговой коммуникаций.

Этнический фактор коммуникации. Различия западного и восточного типов деловой культуры. Особенности межличностной коммуникации в межкультурном взаимодействии. Российские национальные особенности в современных бизнес-коммуникациях.

Исследование аудитории - соотношение массовых опросов и «малых» качественных методов, электронные способы измерения аудитории, проблема рейтинга аудитории.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 3. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Специфика согласования интересов в массовой коммуникации. Способы и техники формирования установок в массовой коммуникации. Психологические условия формирования интереса и установок. Социальные установки в массовом сознании. Роль социальной установки в процессе массовой коммуникации. Теория когнитивного баланса и диссонанса. Функциональные теории изменения установок. Доминанты и стереотипы в массовой коммуникации.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 4. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Этапы прохождения сообщения в СМК, организованные «издателями» и способы воздействия на прохождение события. Теория диффузии и иерархии воздействия на аудиторию. Психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 5. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию (ОПК-5)

Лекция.

Психология процесса коммуникации. Внимание, восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации. Роль групповых факторов в процессе убеждения. Снижения риска неблагоприятных последствий решений при ведении коммуникативных процессов с массовой аудиторией. Структура массовой коммуникации и психологических особенностях коммуникатора, коммуниканта, процесса прохождения информационного сообщения.

Сущность и специфика массовой информации. Количественные и качественные характеристики массовой информации. Ценности массовой информации. Психологические цели массовой информации

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 6. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. Психология мотивов и потребностей в рекламе. Мотивационный анализ. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. Теории мотивации. Мотивационные конфликты.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 7. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Массовое поведение и общественное мнение. Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования. Психология толпы. Механизмы поведения толпы. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. СМИ как инструмент управления политическим поведением.

Психологические эффекты массовой коммуникации. Циркулярная реакция и коммуникация. Понятия подражания и заражения. Психология моды. Массовый вкус и формирование эстетической ценности в массовом сознании.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 8. Аудитория средств массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Аудитория массовой коммуникации. Понятие аудитории массовой коммуникации. Типология аудитории. Сегментация аудитории. Факторы влияния на аудиторию. Психологические типы аудитории в МК. Стадии взаимодействия аудитории и информационного сообщения в МК.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 9. Психологический анализ средств массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Исторические формы социально-психологического знания: концепция масс. Исследование СМК в экспериментальный период развития социальной психологии. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. СМИ: производство, мультипликация и распространение информации. Моделирование социальной реальности с помощью СМК.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 10. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации (ОПК-5)

Лекция.

Специфика и сущность коммуниканта в массовой коммуникации. Специфика диагностики коммуниканта в коммуникационном процессе. Стадии взаимодействия аудитории. Реакции аудитории в массовой коммуникации.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 11. Общие принципы организации и проведения эмпирических социологических исследований массовых коммуникаций (ОПК-5)

Лекция.

Виды социологических исследований аудитории: количественные и качественные. Виды опросов аудитории. Особенности изучения границ радио- и телеаудитории. Единицы анализа количества аудитории: рейтинг и доля. Формы использования журналистом социологической информации об аудитории. Использование методов общей социологии в социологии коммуникаций (анкетирование, включенное наблюдение, корреляционный анализ и т.п.). Особенности адаптации данных методов к массовой коммуникации как предмету исследования.

Методы социологических исследований массовой коммуникации. Качественные методы в социологии коммуникаций. Глубинное интервью и фокус-группы и их место в социологии коммуникаций. Работа с экспертами.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 12. Эмпирические социологические исследования коммуникатора и текста массовых коммуникаций (ОПК-5)

Лекция.

Основные направления эмпирических социологических исследований СМК: исследование производства медиа-продукции, исследование содержания медиа-продукции, исследование потребления медиа-продукции. Цели коммуникатора и цели аудитории, способы измерения эффектов и эффективности коммуникации; потребление информации аудиторией: факторы и барьеры.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

Тема 13. Эмпирические социологические исследования реципиента массовых коммуникаций (ОПК-5)

Лекция.

Эмпирические исследования СМК как фактор изменений представлений об их роли. Общенаучные факторы. Историко-политические факторы. Одно- и двухступенчатая модель массовой коммуникации. Динамика представлений социологов на роль

СМК в жизни индивида. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений; теоретические модели - одноступенчатая и двухступенчатая. Понятие «лидера мнений». Соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения.

Практическое занятие.

Активные формы проведения занятий: творческие группы, ситуативные задания, решение проблем в заданной ситуации, используется метод case-study.

Задания для самостоятельной работы.

1. Подготовка к аудиторным заданиям
2. Анализ и конспектирование первоисточников
3. Письменные задания по теме практических занятий

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

4 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 20 баллов
- контрольные срезы – 3 среза: 10 баллов, 10 баллов, 15 баллов
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	Собеседование, опрос(контрольный срез)	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>15-10 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>9-5 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>4-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	---	----	---

2.	Структура личности как база восприятия информации	Собеседование, опрос(контрольный срез)	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	--	----	--

3.	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации	Собеседование, опрос(контрольный срез)	15	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>15-10 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>9-5 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>4-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	---	----	---

	Реферат	20	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>20-15 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>14-10 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Даны грамотные ответы на отдельные дополнительные вопросы</p> <p>9-5 балла - логика выступления в отдельных местах нарушается, тема исследования раскрывается, опираясь на результаты теоретических исследований современной социологии образования последних 10 лет, отсутствуют оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены пунктирно, продемонстрированы средние ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов, ответы на вопросы требуют уточнения.</p> <p>4-2 балла – представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, отдельные ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения</p> <p>1 балл - представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, студент не может дать ответы на дополнительные вопросы</p>
4.	Посещаемость	10	<p>10 баллов – студент посетил все 100% занятий</p> <p>7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий</p> <p>4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий</p> <p>1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий</p> <p>Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются</p>

5.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по социологии образования – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
6.	Ответ на экзамене	30	10-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «зачтено»
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	50	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
8.	Итого за семестр	95	

5 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
--------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Психологическое воздействие в ходе массовой коммуникации	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	----------------------	----	--

2.	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	----------------------	----	--

3.	Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	Собеседование, опрос(контрольный срез)	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	---	----	--

4.	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	----------------------	----	--

5.	Аудитория средств массовой коммуникации	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	----------------------	----	--

		Реферат(контрольный срез)	10	<p>Устное выступление автора по результатам доклада/реферата сосредоточено на принципиальных вопросах, таких как: актуальность темы исследования; методологический аппарат и основные научные подходы (школы), занимавшиеся решением вопросов; новизна работы и основные выводы, сформулированные в ходе изучения материала.</p> <p>Индивидуальная защита предполагает раскрытие личностного аспекта автора доклада/реферата в ходе работы над темой. Необходимо обосновать выбор темы и привести собственные методы и способы работы над проблемой, вынесенной в заглавие. Приведены оригинальные находки, собственные суждения, интересные факты и идеи, полученные в ходе разработки материала. В докладе должна быть отражена личностная значимость проделанной работы и намечены перспективы продолжения исследования. Возможны презентации, раздаточный материал, слайды и т.д.</p> <p>10-8 баллов – студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических и эмпирических исследований современной социологии образования последних 3-5 лет, демонстрирует оригинальные находки в решении проблемы, намечены перспективы исследования, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Грамотные ответы на дополнительные вопросы</p> <p>7-5 балла - студент грамотно выстраивает логику своего доклада по материалам реферата, раскрывает тему исследования, опираясь на результаты теоретических или эмпирических исследований современной социологии образования последних 5 лет, демонстрирует отдельные оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены отдельными штрихами, продемонстрированы хорошие ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов. Даны грамотные ответы на отдельные дополнительные вопросы</p> <p>4-3 балла - логика выступления в отдельных местах нарушается, тема исследования раскрывается, опираясь на результаты теоретических исследований современной социологии образования последних 10 лет, отсутствуют оригинальные находки в решении проблемы, перспективы исследования намечены пунктирно, продемонстрированы средние ораторские способности, выступление сопровождается презентацией полученных результатов, ответы на вопросы требуют уточнения.</p> <p>2 балла – представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, отдельные ответы на дополнительные вопросы требуют уточнения</p> <p>1 балл - представленные результаты в массе своей не новы, ответ представляет собой простое зачитывание текста, студент не может дать ответы на дополнительные вопросы</p>
6.	Посещаемость		10	<p>10 баллов – студент посетил все 100% занятий</p> <p>7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий</p> <p>4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий</p> <p>1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий</p> <p>Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются</p>

7.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по социологии образования – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
8.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	50	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
10.	Итого за семестр	100	

6 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
--------	------------------------------------	---------------------------------	--------------------	--------------------------------------

1.	Психологический анализ средств массовой коммуникации	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	----------------------	----	--

2.	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	----------------------	----	--

3.	Общие принципы организации и проведения эмпирических социологических исследований массовых коммуникаций	Собеседование, опрос(контрольный срез)	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	---	---	----	--

4.	Эмпирические социологические исследования коммуникатора и текста массовых коммуникаций	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
----	--	----------------------	----	--

5.	Эмпирические социологические исследования реципиента массовых коммуникаций	Собеседование, опрос	10	<p>Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>10-5 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования</p> <p>4-2 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Тест состоит из 15 вопросов.</p> <p>10-8 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>7-5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>4-2 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
6.	Посещаемость		10	<p>10 баллов – студент посетил все 100% занятий</p> <p>7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий</p> <p>4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий</p> <p>1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий</p> <p>Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются</p>

7.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по социологии образования – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20
8.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	50	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
10.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

Распределение баллов по курсовой работе:

- представление содержательной части – не более 55 баллов,
- оформление и информационное сопровождение – не более 20 баллов,
- защита курсовой работы – не более 25 баллов.

Распределение баллов по видам учебной работы и методика начисления баллов:

№	Вид учебной работы	Мак. кол-во баллов	Методика начисления баллов
---	--------------------	--------------------	----------------------------

1.	Представление содержательной части	55	<p>41-55 баллов – содержание работы соответствует выбранному направлению подготовки/специальности и теме работы, работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; проведен обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению, показано знание информационной (при необходимости – нормативной) базы, использованы актуальные данные; проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично; теоретические положения органично сопряжены с практикой, даны практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; проведен количественный анализ проблемы, который подтверждает выводы автора, иллюстрирует актуальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования;</p> <p>21-40 баллов – содержание работы в целом соответствует выбранной теме, структура плана логична и пропорциональна; обоснование актуальности темы подкрепляется анализом степени теоретического исследования проблемы; основные положения работы раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне, большая часть теоретических положений сопряжена с практикой; практические рекомендации обоснованы; выводы по работе содержательны и в целом соответствуют поставленным задачам;</p> <p>1-20 баллов – имеет место определенное несоответствие содержания работы заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; выявлены недочеты в методологических характеристиках курсового исследования; есть нарушения логики изложения материала, поставленные задачи решены не полностью; теоретические положения слабо связаны с практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер</p>
2.	Оформление и информационное сопровождение	20	<p>16-20 баллов – широко представлена библиография по теме работы, в том числе и зарубежные источники, приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы, оформление работы полностью соответствует требованиям, предъявляемым к курсовому исследованию;</p> <p>8-15 баллов – приложения, используемые в исследовании, составлены грамотно, прослеживается связь с положениями курсовой работы; список использованной литературы составлен, следуя ГОСТу, и в достаточной мере соответствует теме работы; имеются отдельные неточности в оформлении работы (отсутствует часть ссылок на используемые источники, есть отдельные стилистические, грамматические и орфографические ошибки);</p> <p>1-7 баллов – в работе не полностью использована необходимая для раскрытия темы научная литература, информационные базы данных, а также материалы исследований; библиографический список оформлен неверно; содержание приложений не отражает решения поставленных задач (отсутствуют необходимые приложения); имеются многочисленные неточности в оформлении работы</p>

3.	Защита курсовой работы	25	19-25 баллов – защита отличается полнотой раскрытия темы и представления полученных результатов; студент демонстрирует уверенность и убедительность манеры выступления; стиль и грамотность речи соответствуют культуре представления результатов научного исследования; ответы на дополнительные вопросы характеризуются краткостью и аргументированностью; 10-18 баллов – структура и регламент выступления в целом соблюдены; защита сопровождается грамматически правильной, эмоциональной речью; студент поддерживает хороший контакт с аудиторией; отмечается творческий подход в подготовке объектов наглядности презентации; дополнительные вопросы вызывают некоторые затруднения; 1-9 баллов – студент демонстрирует невысокое качество устного доклада; доступность и образность представления проделанной работы и полученных результатов вызывает вопросы; отмечается частичное несоответствие презентации содержанию курсового исследования; дизайн визуальной интерпретации представленной работы затрудняет ее восприятие
ИТОГО:		100	

Итоговая оценка по курсовой работе выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Реферат

Тема 3. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации

1. Помехи в процессе МК: избирательность внимания, избирательное искажение, избирательные реакции.
2. Психологические помехи в МК.
3. Помехи, связанные с опытом, субъективными оценками, рассогласованием.
4. Лингвистические барьеры в МК, фактор избирательности, статусных различий, времени, перегрузки.
5. Теория Грюнинга и Ханта и структура общественного окружения как психологическая проблема в МК.
6. Стадии восприятия в МК.
7. Типы ответных на сообщение реакций.
8. Теория диффузии и иерархии воздействия на аудиторию.
9. Теория потребления и удовлетворения.
10. «Конечная продукция» и «конечный результат» в МК, соотношение понятий.
11. Сущность ситуационной теории общественности.
12. Характеристика модели «паблисити».
13. Модель «общественной информации».
14. Двусторонняя асимметричная модель.

15. Характеристика и задачи модели «Колесо Бернштейна» в МК.
16. Цели и задачи планирования в МК.
17. Значение уровня эффективности коммуникативного процесса в МК.
18. Контроль за коммуникативным процессом в МК: тактика мониторинга, «пакета».
19. Анализ общественного мнения, значение в МК

Собеседование, опрос

Тема 1. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии

1. Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации
2. Личность в исследованиях ПМК
3. Закономерности общения и взаимодействия
4. Психология процесса коммуникации
5. СМК и массовое общество
6. Психология массового поведения
7. Психология социального влияния
8. Медиапсихология
9. **Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей**

Тестирование

Тема 13. Эмпирические социологические исследования реципиента массовых коммуникаций

1. **Использование в газетной рекламе такого элемента теории массовой коммуникации, как «динамика», предполагает:**
 - : многократное размещение рекламных сообщений одного и того же вида с заданной периодичностью;
 - : соблюдения принципа выделения крупных, заметных заголовков;
 - +: применение изображений, создающих иллюзию движения, содержащих элементы необычного ракурса, «смазанности».**
2. **Основными элементами коммуникативной политики рекламной деятельности являются:**
 - : пропаганда;
 - : стимулирование сбыта;
 - : личная продажа;
 - : ценообразование;
 - : каналы сбыта;
 - +: все вышеперечисленное.**
3. **Для совершения добровольного обмена информацией необходимо соблюдение следующих основных условий:**
 - +: сторон должно быть как минимум две;**
 - : согласованное время совершения;
 - : каждая сторона должна располагать чем-то, что могло бы представить ценность для другой стороны;
 - : каждая сторона должна быть способна осуществлять коммуникацию и доставку своего товара.
4. **Данные опроса потребителей об их намерениях на рынке являются:**
 - : внутренней первичной информацией;
 - +: внешней информацией;**
 - : внутренней вторичной информацией.
5. **Важнейшим показателем медиапланирования является:**

- +: стоимость одного рекламного контакта;**
- : расчет рекламной площади;**
- : процесс выбора каналов;**
- : все вышеперечисленное.**

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена

Типовые вопросы зачета (ОПК-5)

Типовые вопросы зачета

1. Понятие МК: специфика, сущность, основные характеристики.
2. Сравнительная характеристика МК и межличностной коммуникации.
3. Уникальность коммуникативного процесса в МК.
4. Категория «отношений» в МК. 5. Аттракция, как психологическая категория в МК.
6. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
7. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
8. Психологическая категория «интереса» в МК и способы его формирования.
9. Психологическая категория «взаимопонимания» и способы ее формирования.
10. Соотношение психологических категорий «понимание» и «принятие» информации в МК.
11. Психологическая категория «ценности» в МК и способы ее формирования.
12. Сущность понятия «обмен ценностями» в МК.
13. Психологическая категория «конфликта» в МК и способы его предупреждения в МК.
14. Структура коммуникативного процесса в МК

Типовые задания для зачета (ОПК-5)

Привести пример конкретного сообщения/послания (message) в области политической, коммерческой или социальной рекламы, действие которого было направлено на них как на получателя. Контент-анализ рекламных материалов печатного издания (газета, журнал).

Типовые вопросы экзамена (ОПК-5)

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена.

Типовые вопросы зачета

1. Понятие МК: специфика, сущность, основные характеристики.
2. Сравнительная характеристика МК и межличностной коммуникации.
3. Уникальность коммуникативного процесса в МК.
4. Категория «отношений» в МК. 5. Аттракция, как психологическая категория в МК.
6. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
7. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
8. Психологическая категория «интереса» в МК и способы его формирования.
9. Психологическая категория «взаимопонимания» и способы ее формирования.
10. Соотношение психологических категорий «понимание» и «принятие» информации в МК.
11. Психологическая категория «ценности» в МК и способы ее формирования.
12. Сущность понятия «обмен ценностями» в МК.
13. Психологическая категория «конфликта» в МК и способы его предупреждения в МК.
14. Структура коммуникативного процесса в МК

Типовые вопросы экзамена

1. Понятие МК: специфика, сущность, основные характеристики.
2. Сравнительная характеристика МК и межличностной коммуникации.
3. Уникальность коммуникативного процесса в МК.

4. Категория «отношений» в МК.
5. Аттракция, как психологическая категория в МК.
6. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
7. Психологическая категория «установки» в МК и способы ее формирования.
8. Психологическая категория «интереса» в МК и способы его формирования.
9. Психологическая категория «взаимопонимания» и способы ее формирования.
10. Соотношение психологических категорий «понимание» и «принятие» информации в МК.
11. Психологическая категория «ценности» в МК и способы ее формирования.
12. Сущность понятия «обмен ценностями» в МК.
13. Психологическая категория «конфликта» в МК и способы его предупреждения в МК.
14. Структура коммуникативного процесса в МК
15. Соотношение «редакции» и «издателя» в МК.
16. Специфика группы «издателя» в МК.
17. Характеристика групп «медиократов» и «спиндокторов» в МК.
18. Сущность деятельности «спиндокторов» в МК.
19. Характеристика индикаторов освещения события в МК.
20. Этапы прохождения сообщения в СМК, организованные «издателями» и способы воздействия на прохождение события.
21. Целевая установка коммуникатора в МК.
22. Специфика коммуникатора в МК.
23. Факторы влияния на аудиторию в МК.
24. Психологические типы аудитории в МК.
25. Стадии взаимодействия аудитории и информационного сообщения в МК.
26. Формула интенсивности социальной информации.
27. Психологический критерий «подготовленности» аудитории к принятию информации.
28. Сущность и специфика «информированности» аудитории, психологическая проблема «непонимания» в МК.
29. Типы реакции аудитории на информационное сообщение.
30. Психологические реакции: когнитивная, ценностная, организационная, тонизирующая и коммуникативная.
31. Соотношение информационного сообщения и оценочной информации как психологический рычаг управления общественным мнением.
32. Сущность массовой информации в соотношении с межличностной коммуникацией.
33. Содержание МИ, ее цель.
34. Количественная и качественная характеристики МИ.
35. Критерий «ценности» в МИ, психологические приемы ее формирования.

Типовые задания для экзамена (ОПК-5)

Типовые задания для экзамена

1. Подготовьте несколько вариантов слоганов, используемых в рекламной кампании различных видов потребительских товаров.
2. Подготовьте рекламное сообщение для теле- и радиоролика. Объясните особенности подготовки данных сообщений и сформулируйте не менее трех отличий работы над радиороликом.
3. Оцените эффективность рекламы торговой компании используя метод коммуникативной или торговой эффективности. Каковы возможности и ограничения данного метода для различных видов торговых компаний?
4. Разработайте макет текста для наружной рекламы. Объясните особенности подготовки данного текста.

Типовые темы курсовых работ (ОПК-5)

1. Массовое сознание как объект массовой коммуникации.

2. Социальные функции средств массовой коммуникации.
3. Психологические функции средств массовой коммуникации.
4. Социальное влияние стереотипов на процесс массовой коммуникации.
5. Психологические модели убеждающего воздействия в процессе массовой коммуникации
6. Сочетание логических и эмоциональных апелляций к массовой аудитории.
7. Коммуникативные характеристики слуха в процессе массовой коммуникации
8. Психология формирования интереса к продукции средств массовой коммуникации
9. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к средствам массовой информации
10. Феномен группового сплочения в процессе массовой коммуникации
11. Подражание как социально-психологический механизм массового поведения
12. Имидж коммуникатора в процессе массовой коммуникации
13. Влияние установки на процесс массовой коммуникации
14. Формирование социальной «повестки дня» как эффект массовых коммуникаций
15. Массовая коммуникация как «публичная арена» конструирования и трансформации социальных проблем
16. Социологические исследования рекламы в российских СМИ
17. Социологический анализ гендерных стереотипов в системе массовых коммуникаций
18. Социологические исследования средств массовой информации в структуре PR-деятельности: задачи, методы и функции
19. Контент-анализ российской периодической печати (на конкретном примере).
20. Контент-анализ телепередачи (на конкретном примере).
21. Контент-анализ радиорекламы (на конкретном примере).
22. Контент-анализ Интернет-рекламы.
23. Метод фокус-групп в исследовании потребительских интересов аудитории масс-медиа.

24. Молодежь как целевая аудитория массовой коммуникации (теоретический и эмпирический анализ).

25. Исследование сетевого сообщества (на конкретном примере).

26. Анализ современной медиа-кампании (на конкретном примере).

27. Значение лидера мнений в процессе массовой коммуникации

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Зачет

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ОПК-5	Владеет знаниями об основных информационно-коммуникационных технологиях, используемых в рекламном бизнесе. Студент показывает достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы не затрудняется с ответами, показывает достаточно глубокие знания.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-5	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом

Экзамен

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-5	Демонстрирует высокий уровень знаний. Владеет знаниями об основных информационно-коммуникационных технологиях, используемых в рекламном бизнесе. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.¶Ответ построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.¶
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-5	Демонстрирует достаточный уровень знаний. Владеет знаниями об основных информационно-коммуникационных технологиях, используемых в рекламном бизнесе. Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, но допускает некоторые погрешности.¶В отдельных примерах может выделить междисциплинарные связи. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком. ¶

«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-5	«удовлетворительно» (50-69 баллов) ОПК-5 Демонстрирует не достаточный уровень знаний.¶Плохо анализирует основные информационно-коммуникационные технологии, используемых в рекламном бизнесе. Не способен в полной мере решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий, допускает некоторые погрешности.¶Неуверенно определяет междисциплинарные связи. Ответ не всегда логично выстроен, материал излагается без применения научной терминологии.¶¶
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-5	Студент показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы или затрудняется с ответом.

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

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 373 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450026>
2. Двинянинова Е. Н. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2018. - 156 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306>
3. Мандель Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие для обучающихся в магистратуре. - Изд. 2-е, стер.. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2019. - 438 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847>
4. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. - 4-е изд.. - СПб, М.: прайм-ЕВРОЗНАК, ОЛМА-ПРЕСС, 2002. - 445 с.
5. Касьянов В. В. Социология массовых коммуникаций : Учебник Для СПО. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 221 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/456302>
6. Федотова Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : Учебник для бакалавров. - пер. и доп; 5-е изд.. - Москва: Юрайт, 2019. - 603 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425831>

6.2 Дополнительная литература:

1. Бухтина Т. Журналистика и массовые коммуникации. Сборник студенческих работ : студенческая научная работа. - Москва: Студенческая наука, 2012. - 2540 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209889>
2. Романов, А. А. Массовые коммуникации : учебное пособие. - 2021-12-31; Массовые коммуникации. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 176 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/10771.html>
3. Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 486 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>
4. Прохоров А.В. Массовые коммуникации и медиапланирование : курс лекций. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010. - 118, [1] с.
5. Кухаренко, Е. Г., Пермяков, Г. И. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие. - 2025-02-12; Массовые коммуникации и медиапланирование. - Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2015. - 42 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92465.html>
6. Зазыкин, Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина Программа курса "Психология массовых коммуникаций (с прикладными психотехнологиями)" : Для спец.: 020400-психология. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2000. - 11 с.
7. Побединская, Е. А., Халилова, Л. А. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Психология массовых коммуникаций. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. - 141 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92735.html>
8. ТГУ им. Г.Р.Державина Психология массовых коммуникаций : Программа курса: Специальность: Психология. - Тамбов: Изд-во ТГУ, 2005. - 12 с.
9. Психология массовых коммуникаций : Программа курса / Сост. О.И. Миронова. - Тамбов: ТГУ, 2005. - 12с.

6.3 Иные источники:

1. «Открытые Информационные системы» - <http://www.osp.ru>

2. «Социологические исследования» - www.socis.isras.ru
3. Geek Brains - <http://geekbrains.ru/>
4. <http://edu.of.ru>. - <http://edu.of.ru>.
5. Skill Kit - <http://skillkit.ru/>
6. Библиотека научной и учебной литературы - <http://sbiblio.com>
7. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
8. Журнал "Журналист" - <https://jrnlst.ru>
9. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
10. Журнал «Психология. Журнал высшей школы экономики» - <https://jsps.hse.ru/index.php/psychology/issue/archive>
11. Журнал «Социологические исследования» - <http://socis.isras.ru/>
12. Интернет-энциклопедии - <http://www.rubicon.com/>
13. Национальный открытый университет «ИНТУИТ» - <http://intuit.ru/>
14. Портал по социологии, экономике и менеджменту - www.ecsocman.edu.ru
15. Сайт журнала «Кросс-культурная психология» - <http://jcc.sagepub.com/>
16. Экономический факультет МГУ. Электронная библиотека - <http://www.econ.msu.ru/cd/310>
17. Электронная библиотека социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова - <http://lib.socio.msu.ru/l/library>
18. Электронная версия «Социологического журнала», издаваемого Российской академией наук Институтом социологии РАН - www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>

2. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>

3. Журнал «Социологические исследования». – URL: <http://socis.isras.ru>

4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
5. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prlib.ru>
6. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
7. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина. – URL: <http://www.tambovlib.ru>
8. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
9. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
10. Электронный справочник «Информιο» . – URL: <https://www.informio.ru>
11. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.