

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Факультет филологии и журналистики  
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета



С. С. Худяков  
«04» июля 2022 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.О.22 Психология 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: 2022

Тамбов, 2022

**Автор программы:**

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

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 журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

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.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	4
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	19
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23

## 1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Учитывает запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		1	2	1	2
1	Основы теории массовых коммуникаций	+	+	+	+

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

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

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» изучается в 4 семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 6 з.е.

Заочная: 6 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
Контактная работа	84	16
Лекции (Лекции)	28	8
Практические (Практ. раб.)	56	8
Самостоятельная работа (СР)	96	191
Экзамен	36	9

### 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	4	1	8	1	16	20	Собеседование
2	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации	4	1	8	1	14	30	Собеседование
3	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	4	1	8	1	14	30	Собеседование
4	Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	4	1	8	2	10	30	Опрос
5	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	4	1	8	1	16	30	Собеседование
6	Психологический анализ средств массовой коммуникации	4	2	8	1	12	25	Собеседование
7	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	4	1	8	1	14	26	Опрос

## **Тема 1. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии (ОПК-4)**

### **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, этологией, 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

### **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. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации (ОПК-4)**

### **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 3. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию (ОПК-4)**

### **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 4. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации (ОПК-4)**

### **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 5. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации (ОПК-4)**

### **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 6. Психологический анализ средств массовой коммуникации (ОПК-4)**

### **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 7. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации (ОПК-4)

### 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

### 4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

#### 4.1. Распределение баллов:

4 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:

№ 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	5	<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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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.	Психологическое воздействие в ходе массовой коммуникации	Собеседование	5	<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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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.	Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию	Собеседование	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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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.	Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации	<b>Опрос(контрольный срез)</b>	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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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.	Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	Собеседование	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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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>
----	--	---------------	----	--

6.	Психологический анализ средств массовой коммуникации	Собеседование	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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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>
----	--	---------------	----	--

7.	Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	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"> <li>- правильность ответа по содержанию;</li> <li>- полнота и глубина ответа;</li> <li>- сознательность ответа;</li> <li>- логика изложения материала;</li> <li>- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;</li> <li>- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;</li> <li>- использование дополнительного материала;</li> <li>- рациональность использования времени, отведенного на задание.</li> </ul> <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>
8.	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>
9.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов;</li> <li>- постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов;</li> <li>- полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов;</li> <li>- победа в межрегиональной олимпиаде по социологии образования – 20 баллов;</li> <li>- участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов;</li> <li>- участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов;</li> <li>- публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20</li> </ul>
10.	Ответ на экзамене		30	<p>10-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «зачтено»</p>

11.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
12.	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

#### 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

##### Опрос

###### Тема 4. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации

- 1 Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ.
- 2 Психология мотивов и потребностей в рекламе.
- 3 Мотивационный анализ.
- 4 Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ.
- 5 Теории мотивации.
- 6 Мотивационные конфликты.

###### Тема 7. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации

- 1 Специфика и сущность коммуниканта в массовой коммуникации.
- 2 Специфика диагностики коммуниканта в коммуникационном процессе.
- 3 Стадии взаимодействия аудитории.
- 4 Реакции аудитории в массовой коммуникации.

##### Собеседование

###### 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**

###### Тема 2. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации

- 1 Онтологические, гносеологические и аксиологические основы теории массовой коммуникации.

- 2 Социально-экономические и культурные причины возникновения социологии коммуникаций как нового направления социологии.
- 3 Этапы формирования социологии коммуникаций.
- 4 Социология массовой коммуникации как интегрирующая научная дисциплина.
- 5 Связь с другими науками: семиотикой, информатикой, философией, культурологией, этологией, этнографией, психологией, лингвистикой, менеджментом.
- 6 Социология массовой коммуникации в ряду других специальных социологических теорий.
- 7 Предмет и задачи курса. Объект, предмет и основные понятия социологии массовой коммуникации.
- 8 Формы, уровни и виды коммуникаций.
- 9 Базовые составляющие массовой коммуникации: а) социальные системы, структуры, институты, процессы; б) коммуникативные системы; в) виды, каналы и средства массовой коммуникации

### Тема 3. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию

- 1 Психология процесса коммуникации.
- 2 Внимание, восприятие, понимание и запоминание в процессе коммуникации.
- 3 Роль групповых факторов в процессе убеждения.
- 4 Снижения риска неблагоприятных последствий решений при ведении коммуникативных процессов с массовой аудиторией.
- 5 Структура массовой коммуникации и психологических особенностях коммуникатора, коммуниканта, процесса прохождения информационного сообщения.
- 6 Сущность и специфика массовой информации.
- 7 Количественные и качественные характеристики массовой информации.
- 8 Ценности массовой информации.
- 9 Психологические цели массовой информации

### Тема 5. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации

- 1 Массовое поведение и общественное мнение.
- 2 Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования.
- 3 Психология толпы. Механизмы поведения толпы.
- 4 Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ.
- 5 СМИ как инструмент управления политическим поведением.
- 6 Психологические эффекты массовой коммуникации.
- 7 Циркулярная реакция и коммуникация.
- 8 Понятия подражания и заражения.
- 9 Психология моды.
- 10 Массовый вкус и формирование эстетической ценности в массовом сознании.

### Тема 6. Психологический анализ средств массовой коммуникации

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

#### 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

### Типовые вопросы экзамена (ОПК-4)

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

- 45 Сущность массовой информации в соотношении с межличностной коммуникацией.  
 46 Содержание МИ, ее цель.  
 47 Количественная и качественные характеристики МИ.  
 48 Критерий «ценности» в МИ, психологические приемы ее формирования.

#### Типовые задания для экзамена (ОПК-4)

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.

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-4	Отлично знает основные психологические закономерности массовой коммуникации; ¶ Отлично умеет использовать социально-психологические знания для анализа реальных сообщений массовой коммуникации, умеет выявлять и анализировать запросы общества; ¶ Владеет навыками проведения исследований в области массовой коммуникации; навыками воздействия в области массовой коммуникации ¶
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-4	Хорошо знает основные психологические закономерности массовой коммуникации; ¶ Отлично умеет использовать социально-психологические знания для анализа реальных сообщений массовой коммуникации, умеет выявлять и анализировать запросы общества; ¶ Владеет навыками проведения исследований в области массовой коммуникации; навыками воздействия в области массовой коммуникации ¶
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-4	Удовлетворительно знает основные психологические закономерности массовой коммуникации; ¶ Отлично умеет использовать социально-психологические знания для анализа реальных сообщений массовой коммуникации, умеет выявлять и анализировать запросы общества; ¶ Владеет навыками проведения исследований в области массовой коммуникации; навыками воздействия в области массовой коммуникации ¶
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-4	Не знает основные психологические закономерности массовой коммуникации; ¶ Отлично умеет использовать социально-психологические знания для анализа реальных сообщений массовой коммуникации, умеет выявлять и анализировать запросы общества; ¶ Владеет навыками проведения исследований в области массовой коммуникации; навыками воздействия в области массовой коммуникации ¶

#### 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](http://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](http://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](http://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.prilib.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 «Информо» . – 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](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.