

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт фундаментальной медицины и биологии



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Психология лидерства: тренинг Б1.Б.2

Направление подготовки: 06.04.01 - Биология

Профиль подготовки: Микробиология и вирусология

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

**Автор(ы):** Сидельникова Т.Т.

**Рецензент(ы):** Яруллина Д.Р.

### **СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Учебно-методическая комиссия Института фундаментальной медицины и биологии:

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
  - 6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения
  - 6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
  - 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
  - 6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
  - 7.1. Основная литература
  - 7.2. Дополнительная литература
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Программу дисциплины разработал(а)(и) профессор, д.н. (профессор) Сидельникова Т.Т. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций),  
Tatiana.Sidelnikova@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-2	готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
ОК-3	готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала
ПК-4	способностью генерировать новые идеи и методические решения

Выпускник, освоивший дисциплину:

Должен знать:

- специфику коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- специфические стороны общения в массовой коммуникации;
- социальные и социально-психологические функции массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

Должен уметь:

- применять на практике социальные и социально-психологические функции коммуникации;
- выявлять структурные компоненты массовой коммуникации;
- использовать исследования эффективности массовой коммуникации.

Должен владеть:

- теоретическим и практическим материалом изучения специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрыть специфические стороны общения в массовой коммуникации;

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике

### 2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.Б.2 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 06.04.01 "Биология (Микробиология и вирусология)" и относится к базовой (общепрофессиональной) части.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 26 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 26 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 46 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 семестре.

### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.	2	0	4	0	4
2.	Тема 2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации	2	0	4	0	6
3.	Тема 3. Психологические особенности коммуникации	2	0	4	0	6
4.	Тема 4. Установка и стереотип	2	0	4	0	6
5.	Тема 5. Эффективность массовой коммуникации Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	2	0	4	0	6
6.	Тема 6. Слухи как неформальная коммуникация	2	0	2	0	6
7.	Тема 7. Психологическая детерминированность внушения и убеждения	2	0	2	0	6
8.	Тема 8. Ложь в политике	2	0	2	0	6
	Итого		0	26	0	46

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.

Понятия "массовая коммуникация" (средства массовой коммуникации) и "массовая информация" (средства массовой информации). Социально-психологические теории массовой коммуникации.

Понятия "массовая коммуникация" (средства массовой коммуникации) и "массовая информация" (средства массовой информации). Понятие информации. Виды информации. Условия возникновения коммуникации. Виды коммуникации. Условия возникновения и функционирования массовой коммуникации.

##### Тема 2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации

Опосредованность передачи информации техническими средствами и отсутствие непосредственной обратной связи в процессе общения. Основные различия коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации и межличностного общения.

Понятие "цепь массовой коммуникации". Источник массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации: печать, радио, телевидение, кино, видеотехника, Интернет, графические средства, компьютерные системы. Канал массовой коммуникации.

##### Тема 3. Психологические особенности коммуникации

Составные особенности коммуникации. Внимание. Виды внимания. Восприятие. Понятие восприятия. Восприятие как процесс. Внимание к информации и восприятие. Понимание.

Понятие понимания. Память. Понятие памяти. Виды памяти. Мотивы и потребности. Мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМИ. Убеждение и внушение.

##### Тема 4. Установка и стереотип

Установка. Понятие установки. Физиологическая основа установки. Установка в структуре личности. Иерархия установок.

Фиксированная установка. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации. Корректирование установки. Смена установки.

Условия успешного функционирования имиджа. Специфика коммерческого и политического имиджа.

Технология создания и разрушения стереотипов.

##### Тема 5. Эффективность массовой коммуникации Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение

Стереотип. Понятие стереотипа. Психологическая основа стереотипа. Виды стереотипов: мыслительный и знаковый, стереотип общепсихологический и социально-психологический, истинный и ложный, положительный и отрицательный, пропагандистский стереотип. Штампы. Клише. Многообразие форм стереотипов. Виды слухов. Средства массовой информации и слухи. Использование слухов как средства и канала в рекламе.

Способы дезавуирования слухов. Привитие иммунитета к слухам как способ борьбы со слухами.

Стереотип как вид памяти. Формирование стереотипов. Устойчивость стереотипов. Стереотип и установка. Взаимодействие стереотипа и установки. Значение и смысл.

Стереотип - имидж. Конструирование имиджа. Особенности образа - имиджа.

#### **Тема 6. Слухи как неформальная коммуникация**

Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации. Барьеры массовой коммуникации. Ожидания и предрасположенность аудитории массовой коммуникации. Критерий эффективности сообщения.

Интерес - основа эффективности массовой коммуникации. Социально-психологические эффекты массовой коммуникации. Критерии, способы и методы оценки эффективности массовой коммуникации. Понятия подражания и заражения. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама.

Психология моды.

#### **Тема 7. Психологическая детерминированность внушения и убеждения**

Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и как критерии их эффективности. Формы воздействия средств массовой коммуникации на процесс формирования и на функционирование общественного мнения.

Воздействие общественного мнения на средства массовой коммуникации. Средства массовой информации как рупор общественного мнения.

Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Использование механизмов массового поведения (в частности, подражание и заражение) в средствах массовой коммуникации. Закономерности массового поведения и реклама.

#### **Тема 8. Ложь в политике**

Слухи. Понятие слуха. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории. Лабораторные способы изучения преобразования информации в процессе межличностного общения.

Факторы, определяющие появление слухов. Формула и закон слуха. Формы слухов. Разрушительная роль слухов. Ступени нарастания слухов. Аудитория слухов. Роль средств массовой информации в распространении слухов. Роль личного интереса.

Процесс искажения сообщения во время передачи слухов. Нивелировка. Выпячивание. Ассимиляция. Роль рационализации. Подгонка под стереотип. Переработка сообщений. Причины искажений сообщений, содержащихся в слухе. Психологическая база искажений.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301).

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений".

Положение от 29 декабря 2018 г. № 0.1.1.67-08/328 "О порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.67-06/241/15 от 14 декабря 2015 г. "О формировании фонда оценочных средств для проведения текущей, промежуточной и итоговой аттестации обучающихся федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Положение № 0.1.1.56-06/54/11 от 26 октября 2011 г. "Об электронных образовательных ресурсах федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/66/16 от 30 марта 2016 г. "Разработки, регистрации, подготовки к использованию в учебном процессе и удаления электронных образовательных ресурсов в системе электронного обучения федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/11/16 от 25 января 2016 г. "О балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

Регламент № 0.1.1.67-06/91/13 от 21 июня 2013 г. "О порядке разработки и выпуска учебных изданий в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет".

БИБЛИОТЕКА СОЦИОЛОГИИ, ПСИХОЛОГИИ, УПРАВЛЕНИЯ - <http://soc.lib.ru/>

Практическая психология общения и влияния. Проблема общения. Психология влияния. Гипноз и самогипноз. Социальная психология. - <http://rapport.sitcity.ru>

Психология влияния и психологическая безопасность. Консультации и тренинги. Материалы по контролю сознания и деструктивным культам (сайт психолога Евгения Волкова) - <http://www.people.nnov.ru/volkov>

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

### 6.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы и форм контроля их освоения

Этап	Форма контроля	Оцениваемые компетенции	Темы (разделы) дисциплины
<b>Семестр 2</b>			
	<b>Текущий контроль</b>		
1	Устный опрос	ОК-3 , ОК-2	1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.
2	Устный опрос	ОК-3 , ПК-4	2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации
3	Устный опрос	ОК-3 , ОК-2	3. Психологические особенности коммуникации
4	Устный опрос	ОК-3	4. Установка и стереотип
5	Устный опрос	ОК-3 , ОК-2	5. Эффективность массовой коммуникации Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение
6	Устный опрос	ОК-3 , ОК-2	6. Слухи как неформальная коммуникация
7	Устный опрос	ПК-4 , ОК-3	7. Психологическая детерминированность внушения и убеждения
8	Тестирование	ОК-3	8. Ложь в политике
	<b>Зачет</b>	ОК-2, ОК-3, ПК-4	

### 6.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.	
<b>Семестр 2</b>					
<b>Текущий контроль</b>					

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап		
	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неуд.			
Устный опрос	В ответе качественно раскрыто содержание темы. Ответ хорошо структурирован. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Основные вопросы темы раскрыты. Структура ответа в целом адекватна теме. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован хороший уровень понимания материала. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема частично раскрыта. Ответ слабо структурирован. Понятийный аппарат освоен частично. Понимание отдельных положений из материала по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.	Тема не раскрыта.	1		
				Понятийный аппарат освоен		2	
				Понимание материала неудовлетворительно.			
				Понимание материала фрагментарное или отсутствует. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения.		3	
							4
						5	
	6						
	7						
Тестирование	86% правильных ответов и более.	От 71% до 85 % правильных ответов.	От 56% до 70% правильных ответов.	55% правильных ответов и менее.	8		
	<b>Зачтено</b>		<b>Не зачтено</b>				
<b>Зачет</b>	Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой дисциплины.		Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.				

### 6.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### Семестр 2

#### Текущий контроль

##### 1. Устный опрос

###### Тема 1

1. Определение понятий массовая коммуникация, общение, их характеристика.
2. Массовая коммуникация как явление социальной психологии.
3. Виды массовой коммуникации.

В чем различия сообщения и текста, по А.У. Харашу?

Каковы существенные характеристики медиатекста?

В чем особенность гипертекста? Какие функции выполняет гипертекстовое представление информации в современном медиапространстве?

Какие характеристики новостей выделяли Джемисон и Кэмпбелл?

Что такое гиперсобытие? Приведите пример освещения гиперсобытия в СМИ, опишите его воздействие на аудиторию.

##### 2. Устный опрос

###### Тема 2

1. Психология ролевой деятельности участников массовой коммуникации.
2. Понятие "цепь массовой коммуникации".
3. Источники массовой коммуникации: сообщение, принцип выбора, особенности печатных средств и т.д.

Опишите свойства психических познавательных процессов, их проявление в ходе массовой коммуникации.

Какова специфика познавательной сферы современных субъектов массовой коммуникации?

В ходе самонаблюдения постарайтесь выявить специфику протекания психических познавательных процессов при обращении к

различным медиа. Постарайтесь объяснить, почему возникли (или не возникли) те или иные информационные эффекты вашей познавательной активности

### **3. Устный опрос**

Тема 3

1. Установка в структуре личности.
2. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации
3. Мыслительный и знаковый стереотипы.
4. Пропагандистский стереотип.
5. Формирование стереотипов.
6. Специфика коммерческого и политического стереотипа - имиджа.
7. Технология создания и разрушения стереотипов

### **4. Устный опрос**

Тема 4

1. Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации.
2. Барьеры массовой коммуникации.
3. Основные эффекты массовой коммуникации: нейтральная реакция, малые изменения, перестройка взглядов (конверсия) и т.д.

Как соотносятся понятия общение и коммуникация?

Назовите функции коммуникации в обществе.

В чем различие ретинальной и аксиальной коммуникации?

Определите сущностные черты и выделите различия массовой и публичной, массовой и межличностной коммуникации.

### **5. Устный опрос**

Тема 5

1. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и как критерии их эффективности.
2. Массовое поведение (толпа, паника, мода и т.д.) и воздействие средств массовой коммуникации.

1. Какие этапы в изучении психологических закономерностей массовой коммуникации можно выделить?

2. В чем сущность теории волшебной пули?

Возможно ли применить данную теорию для характеристики эффектов современной массовой коммуникации?

3. На каком этапе медиаисследований возникло понятие сопротивляющаяся аудитория?

Какие особенности аудитории СМК оно акцентировало?

4. Каковы основополагающие идеи теории повестки дня?

Какими методами можно изучать повестку дня СМИ?

5. Как теория культивации объясняет воздействие СМИ на людей?

6. Как осуществляется процесс социального научения в ходе массовой коммуникации?

Как подчеркивается активность аудитории СМИ в теориях кодирования/декодирования, полезности и удовлетворения потребностей?

Охарактеризуйте процесс прайминга в ходе воздействия СМИ.

Можно ли говорить о конструировании реальности СМИ?

### **6. Устный опрос**

Тема 6

1. Убеждение и внушение как механизмы влияния на людей: общее и специфическое.
2. История развития методов и концепций внушения и убеждения во взаимоотношениях личности и социума.
3. Социокультурные ситуации как факторы и среда социально-психологического влияния.
4. Манипулирование сознанием как способ психологического воздействия.
5. Проблемы социально-психологической экологии внушающего воздействия.
6. Как подчеркивается активность аудитории СМИ в теориях кодирования/декодирования, полезности и удовлетворения потребностей?
7. Охарактеризуйте процесс прайминга в ходе воздействия СМИ.
8. Можно ли говорить о конструировании реальности СМИ?

### **7. Устный опрос**

Тема 7

1. Ложь как феномен политического общения.
2. Единство объективных и субъективных причин возникновения политической лжи.



3. Мотивация политической лжи.
4. Социально-психологические условия возникновения политической лжи
5. Формы политической лжи.
6. Вербальные и невербальные признаки обнаружения политической лжи.
7. Политический блеф.

## 8. Тестирование

### Тема 8

1. Межличностная и массовая коммуникация. Различие традиционных каналов СМК.
2. Общая характеристика влияния массовой коммуникации, скорость и степень влияния. Осознание влияния СМК.
3. Теория прайминга и модель повестки дня.
4. Когнитивная и бихевиоральная модели убеждения.
5. Взаимосвязь аттитюдов, намерений и поведения.

Охарактеризуйте социально-психологические функции массовой коммуникации.

Какие изменения претерпевает массовая коммуникация с появлением сети Интернет?

### Тесты

1. Коммуникация представляет собой:

- А) информационное взаимодействие;
- Б) общение;
- В) речевую деятельность;
- Г) процесс взаимодействия и передачи информации.

2. Массовая коммуникация - это:

- А) передача информации большим по численности группам людей;
- Б) взаимодействие больших социальных групп в условиях противоборства;
- В) взаимодействие между различными индивидами при непосредственном контакте;
- Г) комплекс средств связи между источником и приемником информации;

3. Понятие "массовая информация" означает:

- А) периодические печатные издания;
- Б) социальная информация, которой оперирует масса;
- В) распространение информации;
- Г) общение, передача информации от человека к человеку.

4. Двухступенчатая модель коммуникации открыта:

- А) У. Эко; Б) П. Лазарсфельдом; В) Аристотелем; Г) Ю. Лотманом.

5. Сущность модели "привратника" в информационном процессе:

- А) информация фильтруется на выходе из источника;
- Б) информация фильтруется на входе;
- В) информация фильтруется на выходе и на входе;
- Г) информация передается от источника к реципиенту.

6. Социальные функции массовой коммуникации:

- А) информационная, регулятивная, культурологическая;
- Б) контроль за информацией, функция "антенны";
- В) функция призыва - формирование новых моделей поведения;
- Г) функция эха.

7. Какая модель теле- и радиовещания доминирует в США?

- А) частное коммерческое;
- Б) государственное;
- В) общественное;
- Г) смешанное.

8. Психологический механизм, основанный на прямом и неаргументированном воздействии на коммуниканта, предполагающий некритичное восприятие информации - это:

- А) убеждение;
- Б) спираль молчания;
- В) внушение;
- Г) аттитюд.

9. К технологиям манипулятивного воздействия в массовой коммуникации не относится:

- А) директива;
- Б) манипуляция;
- В) толерантность;
- Г) диалог.

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

- А) социальная стереотипизация;
- Б) рефлексия;
- В) идентификация;
- Г) каузальная атрибуция.

### **Зачет**

Вопросы к зачету:

1. Массовая коммуникация как явление социальной психологии
2. Психологический и социально-психологический аспекты изучения массовой коммуникации.
3. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
4. Психологическая характеристика системы массовой коммуникации и ее составляющих.
5. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
6. Особенности воздействия СМИ как следствие различия их выразительных средств.
7. Способы реализации обратной связи, их возможности и особенности.
8. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
9. Психологические последствия воздействия СМИ: поведенческие, установочные, когнитивные, физиологические.
10. Психологические средства и функции массовой коммуникации.
11. Структура личности как база восприятия информации.
12. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
13. Психология ролевой деятельности участников массовой коммуникации.
14. Особенности интереса как фактора коммуникации.
15. Общение как психологическое основание деятельности в массовой коммуникации.
16. Система основных принципов психологического воздействия.
17. Общая характеристика психологических методов воздействия.
18. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
19. Сущностная характеристика массового сознания.
20. Классификация видов масс.
21. Типология и сегментация аудитории.
22. Установка в структуре личности.
23. Основные функции установок
24. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации
25. Социальные установки и стереотипы.
26. Роль установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации, их воздействие на поведение.
27. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.
28. Мыслительный и знаковый стереотипы.
29. Пропагандистский стереотип.
30. Формирование стереотипов.
31. Специфика коммерческого и политического стереотипа - имиджа.
32. Воздействие установок и стереотипов на поведение потребителей.
33. Технология создания и разрушения стереотипов
34. Развитие концепции массы и массового человека в работах Г. Лебона, Г. Тарда, З. Фрейда, С. Московичи.
35. Понятие, признаки, функции заражения.
36. Воздействие установок и стереотипов на поведение потребителей.
- 37.
38. Понятие, разновидности, признаки, механизмы подражания.
39. Характеристика внушения.
40. Вербальные и невербальные средства внушения.
41. Уровни действия механизма внушения
42. Роль групповых факторов в процессе убеждения.
43. Групповое давление: конформизм и неконформизм.
44. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории.
45. Толпа, публика, аудитория, их отличительные особенности, характер взаимодействия со СМИ.
46. Разновидности толпы.

47. Характерные признаки психологии толпы.
48. Психологические особенности поведения индивида в толпе.
49. Понятие эффективности, эффекта, действенности (результативности) массовой коммуникации.
50. Эффект ореола и эффект бумеранга как результат информационного воздействия.
51. Барьеры массовой коммуникации.
52. Основные эффекты массовой коммуникации: нейтральная реакция, малые изменения, перестройка взглядов (конверсия) и т.д.
- 53.
54. Мотивация, ожидание, конформизм, их роль в обращении СМИ к аудитории.
55. Мотивация, ожидание, конформизм, их роль в обращении СМИ к аудитории.
56. Массовое поведение (толпа, паника, мода и т.д.) и воздействие средств массовой коммуникации.
57. Агрессия и насилие в СМИ.
58. Виды и функции агрессии, способы ее преобразования.
59. Психологические последствия потребления информации о проявлениях агрессии: установочные и поведенческие, ситуативные и отдаленные.
60. Эмоциональное воздействие как средство создания рекламного образа, его основные лексические и визуальные составляющие.
61. Понятие массовых вкусов.
62. Психология моды.
63. Механизмы распространения моды.
64. Психология слухов и сплетен.
65. Типы слухов, их основные функции.
66. Механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.
67. Способы эффективного противодействия слухам и сплетням.
68. Манипулирование сознанием как способ психологического воздействия.
69. Приемы противостояния манипуляциям
70. Ложь и ее формы как феномен политического общения.
71. Социально-психологические условия возникновения политической лжи
72. Вербальные и невербальные признаки обнаружения политической лжи.

#### **6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

В КФУ действует балльно-рейтинговая система оценки знаний обучающихся. Суммарно по дисциплине (модулю) можно получить максимум 100 баллов за семестр, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов.

Для зачёта:

56 баллов и более - "зачтено".

55 баллов и менее - "не зачтено".

Для экзамена:

86 баллов и более - "отлично".

71-85 баллов - "хорошо".

56-70 баллов - "удовлетворительно".

55 баллов и менее - "неудовлетворительно".

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
<b>Семестр 2</b>			
<b>Текущий контроль</b>			

Форма контроля	Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	Этап	Количество баллов
Устный опрос	Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.	1	5
		2	5
		3	6
		4	6
		5	6
		6	6
		7	6
Тестирование	Тестирование проходит в письменной форме или с использованием компьютерных средств. Обучающийся получает определённое количество тестовых заданий. На выполнение выделяется фиксированное время в зависимости от количества заданий. Оценка выставляется в зависимости от процента правильно выполненных заданий.	8	10
<b>Зачет</b>	Зачёт нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Обучающийся получает вопрос (вопросы) либо задание (задания) и время на подготовку. Зачёт проводится в устной, письменной или компьютерной форме. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.		50

## 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

### 7.1 Основная литература:

Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Шарков Ф.И., Бузин В.Н. - М.: Дашков и К, 2017. - 488 с.: 60x84 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01185-6 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/329134>

Психология рекламной деятельности: Практическое пособие / Измайлова М.А., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 240 с.: 60x84 1/16 ISBN 978-5-394-01488-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/321676>

Переговорный процесс в социально-экономической деятельности / Яскевич Я.С. - Мн.: Высшая школа, 2014. - 367 с.: ISBN 978-985-06-2476-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/509668>

### 7.2. Дополнительная литература:

Переговоры каждый день: Как добиваться своего в любой ситуации / Фройнд Д. - М.: Альпина Пабл., 2016. - 276 с.: ISBN 978-5-9614-4366-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/915911>

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Психология влияния и психологическая безопасность. Консультации и тренинги. Материалы по контролю сознания и деструктивным культам (сайт психолога Евгения Волкова) - <http://www.people.nnov.ru/volkov>

Influence At Work - сайт Келтона Родса (Kelton Rhoads), ученика Р. Чалдини (Robert B. Cialdini), автора - [www.influenceatwork.com](http://www.influenceatwork.com)

Психология онлайн - [www.psychological.ru](http://www.psychological.ru)

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Практические занятия проходят по темам, определенным учебным планом. Легенды для конкретной работы предлагаются преподавателем. В каждом практическом занятии должны быть четко определены постановка задачи, используемый инструментарий, пути решения задачи, подробный ход решения задачи, выводы. Приветствуется обсуждение и возможные альтернативные варианты решения.

Вид работ	Методические рекомендации
самостоятельная работа	Самостоятельная работа включает в себя работу с лекционным материалом, подготовку к практическим занятиям, подготовку отчета, а также изучение нового материала по сети. Изучение нового материала по теме должно обязательно сопровождаться ознакомлением с новейшими достижениями, так как данная сфера относится к быстро развивающимся областям. Поэтому приветствуется включение в отчеты по занятиям а также вопросы во время лекций по новейшим достижениям по изучаемой теме, это может поощряться преподавателем дополнительными баллами.
устный опрос	Устный опрос проводится по темам, определенным учебным планом. Легенды для конкретной работы предлагаются преподавателем. В работе должны быть четко определены постановка задачи, используемый инструментарий, пути решения задачи, подробный ход решения задачи, выводы. Приветствуется обсуждение и возможные альтернативные варианты решения. В ответе четко должен быть раскрыт вопрос.
тестирование	Тестирование проводится несколько раз за семестр. Все вопросы и весь материал имеется в виртуальной аудитории. Время тестирования варьируется так, чтобы на ответ на один вопрос отводился от одного до трех минут. Обычно тест открывается на сутки, количество попыток регламентируется преподавателем. Окончательная оценка ставится как арифметическое среднее оценки всех попыток, но может изменяться преподавателем.
зачет	Зачет проводится в форме тестирования. Все вопросы и весь материал имеется в виртуальной аудитории. Время тестирования варьируется так, чтобы на ответ на один вопрос отводился от одного до трех минут. Обычно тест открывается на сутки, количество попыток регламентируется преподавателем. Окончательная оценка ставится как арифметическое среднее оценки всех попыток, но может изменяться преподавателем.

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

Освоение дисциплины "Психология лидерства: тренинг" предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows Professional 7 Russian  
 Браузер Mozilla Firefox  
 Браузер Google Chrome

#### 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Освоение дисциплины "Психология лидерства: тренинг" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

#### 12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 06.04.01 "Биология" и магистерской программе Микробиология и вирусология .