

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.





\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

### Программа дисциплины

Психология массовых коммуникаций БЗ.Б.1.3

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Сидельникова Т.Т.

**Рецензент(ы):**

Идиатуллина К.С. , Бурганова Л.А.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No \_\_\_\_ от " \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No 941837217

Казань

2017

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

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. Цели освоения дисциплины

Цель курса - дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.

Задачи курса. Основными задачами курса являются:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
- изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б3.Б.1 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к базовой (общепрофессиональной) части. Осваивается на 2 курсе, 3, 4 семестры.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б.3.Б2 Цикл гуманитарных, социальных и экономических дисциплин и относится к базовой (общепрофессиональной) частью". Осваивается на втором курсе (3,4 семестр).

Массовая коммуникация как разновидность массового человеческого общения изучается многими дисциплинами, в их числе "Основы теории коммуникации", "Социология массовых коммуникаций", "Теория и история массовых коммуникаций", "Политические коммуникации". Логическим дополнением, позволяющим рассмотреть коммуникацию как комплексную проблему, является курс "Психология массовых коммуникаций". Психологический аспект проблемы имеет свою специфику, связанную с основными психологическими особенностями установок, стереотипов людей, их общественного мнения, спецификой таких видов влияния как убеждение, внушение, манипуляция. Необходим интегрированный подход к изучению массовой коммуникации: сочетание элементов социально-психологического, социологического и общепсихологического исследования, а также комплекса компонентов и процессов массовой коммуникации.

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-2 (общекультурные компетенции)	умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
ОК-3 (общекультурные компетенции)	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
ПК-26 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры
ПК-27 (профессиональные компетенции)	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований
ПК-5 (профессиональные компетенции)	владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения
ПК-9 (профессиональные компетенции)	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- выделять психологические компоненты коммуникационных процессов;
- видеть сходства и различия психологических концепций, описывающих психологические механизмы сбора и обработки людьми информации в коммуникационных процессах;
- применять на практике знания психологических законов трансформации информации;

2. должен уметь:

-приемами грамотного реагирования на конвенциональное и стихийное поведение людей, их массовые настроения;

-приемами психологического обеспечения различных видов политических коммуникаций

В результате освоения дисциплины формируются компетенции: учета психологического фактора в организации коммуникационных процессов, овладения основными психологическими приемами построения коммуникационного процесса, способность и готовность использовать психологические знания в деятельности ПР-специалиста как в межличностном, так и межгрупповом взаимодействии.

3. должен владеть:

- основными психологическими приемами построения коммуникационного процесса,

- психологическими знаниями в деятельности ПР-специалиста как в межличностном, так и межгрупповом взаимодействии.

4. должен демонстрировать способность и готовность:  
применять полученные знания на практике

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 3 семестре; экзамен в 4 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.	3		2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации	3		4	4	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Психологические особенности коммуникации	3		8	6	0	Тестирование
4.	Тема 4. Установка и стереотип	3		4	6	0	Реферат
5.	Тема 5. Эффективность массовой коммуникации	4		4	4	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	4		8	8	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Слухи как неформальная коммуникация	4		8	8	0	Тестирование
8.	Тема 8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения	4		8	8	0	Устный опрос
9.	Тема 9. Ложь в политике	4		6	6	0	Реферат
	Тема . Итоговая форма контроля	3		0	0	0	Зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	4		0	0	0	Экзамен
	Итого			52	52	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

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

###### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

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

###### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

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**

###### **лекционное занятие (4 часа(ов)):**

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

###### **практическое занятие (4 часа(ов)):**

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**

###### **лекционное занятие (8 часа(ов)):**

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

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

. 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**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

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.

Стереотип. Понятие стереотипа. Психологическая основа стереотипа. Виды стереотипов: мыслительный и знаковый, стереотип общепсихологический и социально-психологический, истинный и ложный, положительный и отрицательный, пропагандистский стереотип. Штамп.

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

Клише. Многообразие форм стереотипов. Стереотип как вид памяти. Формирование стереотипов. Устойчивость стереотипов. Стереотип и установка.

**Тема 5. Эффективность массовой коммуникации**

**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

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

**практическое занятие (4 часа(ов)):**

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 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение**

**лекционное занятие (8 часа(ов)):**

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.

**практическое занятие (8 часа(ов)):**

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 7. Слухи как неформальная коммуникация**

**лекционное занятие (8 часа(ов)):**

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

**практическое занятие (8 часа(ов)):**

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. 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.

**Тема 8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения**

**лекционное занятие (8 часа(ов)):**

Внушение и убеждение в культурно-философском, социально-политическом и психологическом контекстах. Общее и особенное в убеждении и внушении как механизмах влияния на людей. Эмоциональные, экзистенциальные и культурные составляющие в процессах внушения и убеждения.

**практическое занятие (8 часа(ов)):**

История развития концепций и методов внушения и убеждения во взаимоотношениях личности и общества. Манипулирование сознанием как способ психологического воздействия. Понятия и функции манипуляции. Уровни и этапы манипуляционного воздействия. Приемы манипуляций: преподнесение "нужной" в данный момент, зачастую грубо сфабрикованной информации; преднамеренное утаивание истинных сведений; информационная перезагрузка и др. Политические коммуникации и манипуляции.

**Тема 9. Ложь в политике**

**лекционное занятие (6 часа(ов)):**

Понятие, структура и функции политической лжи. Ложь как феномен политического общения. Механизмы влияния общественной психологии. Единство объективных и субъективных причин возникновения политической лжи.

**практическое занятие (6 часа(ов)):**

Мотивация политической лжи. Социально-психологические условия возникновения политической лжи: личный уровень, ближайшее профессиональное окружение, формальная и неформальная информация и др. Формы политической лжи. Вербальные и невербальные признаки обнаружения политической лжи. Понятие политического блефа.

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Предмет, задачи и методы курса. Психология массовых коммуникаций. Массовая коммуникация в контексте психологии.	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Специфика информационного процесса в условиях массовой коммуникации	3		подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Психологические особенности коммуникации	3		подготовка к тестированию	10	тестирование
4.	Тема 4. Установка и стереотип	3		подготовка к реферату	11	реферат
5.	Тема 5. Эффективность массовой коммуникации	4		подготовка к устному опросу	2	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
6.	Тема 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение	4		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
7.	Тема 7. Слухи как неформальная коммуникация	4		подготовка к тестированию	2	тестирование
8.	Тема 8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения	4		подготовка к устному опросу	2	устный опрос
9.	Тема 9. Ложь в политике	4		подготовка к реферату	12	реферат
	Итого				49	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

На лекциях:

- информационная лекция;
- проблемная лекция.
- лекция - демонстрация
- лекция вдвоем

На семинарах:

- выступления студентов с докладами по заданному материалу;
- подготовка и защита рефератов;
- проблемная дискуссия;
- модерация (работа в "малых группах")
- ролевые игры
- письменный анализ различных точек зрения на одну и ту же проблему, формулирование и аргументация собственной точки зрения;
- создание алгоритма разрешения конфликтной ситуации, заданной преподавателем
- подготовка и представление кейзов различных видов конфликтов,
- составление структурно-логических схем
- визуализация проблемы - перевод текстового материала в иную знаковую систему
- подготовка демонстрация презентационных материалов по темам курса

Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), итоговый (в форме экзамена).

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

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

устный опрос , примерные вопросы:

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

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

устный опрос , примерные вопросы:

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.

## **Тема 3. Психологические особенности коммуникации**

тестирование , примерные вопросы:

Тест по пройденным темам

## **Тема 4. Установка и стереотип**

реферат , примерные темы:

Темы рефератов 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

## **Тема 5. Эффективность массовой коммуникации**

устный опрос , примерные вопросы:

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.

## **Тема 6. Влияние массовой коммуникации на общественное мнение и массовое поведение**

устный опрос , примерные вопросы:

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.

## **Тема 7. Слухи как неформальная коммуникация**

тестирование , примерные вопросы:

Тест по пройденным темам

## **Тема 8. Психологическая детерминированность внушения и убеждения**

устный опрос , примерные вопросы:

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.

## **Тема 9. Ложь в политике**

реферат , примерные темы:

Темы рефератов 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.

## **Тема . Итоговая форма контроля**

## **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к зачету и экзамену:

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 призмы - формирование новых моделей поведения;
- Г) функция эха.

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

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

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

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

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

- А) директива;

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

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

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

Вопросы к зачету и экзамену

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.
6. Социально-когнитивная теория А.Бандуры.
7. Функции СМК.
8. Специфика новостных сообщений в СМК и их эффективность.
9. Особенности коммуникатора, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
10. Особенности аудитории, оказывающие влияние на эффективность убеждающего сообщения.
11. Особенности сообщения, оказывающие влияние на его эффективность.
12. Последствия демонстрации агрессии в СМК, условия ее влияния.
13. Последствия демонстрации откровенных сексуальных материалов в СМК.
14. Роль СМК в возникновении и протекании межгрупповых конфликтов.
15. Направления влияния СМК в сфере политики.
16. Роль СМК в оптимизации межгруппового контакта.
17. СМК, кампании социального маркетинга, образовательные и развлекательные передачи.
18. Пользователи Интернета. Особенности общения в Интернете.
19. Интернет-зависимость.
20. Обучающий и убеждающий потенциал Интернет-коммуникации.
21. Электронные" дискуссионные группы.

### 7.1. Основная литература:

Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: Учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. - М.: Дашков и К, 2012. - 488 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=329134>

Психология рекламной деятельности: Практическое пособие / М.А. Измайлова. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 240 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=321676>

### 7.2. Дополнительная литература:

Социология массовой коммуникации : Учебник / В.И. Гостенина, А.Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=404699>

### 7.3. Интернет-ресурсы:

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

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>

Психология онлайн - <http://www.psychological.ru>

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Психология массовых коммуникаций" 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), конференц-микрофон, 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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

- проектор и ноутбук;
- принтер и копировальный аппарат для создания раздаточных материалов;
- ватман и фломастеры для выполнения творческих заданий в малых группах.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления .

Автор(ы):

Сидельникова Т.Т. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С. \_\_\_\_\_

Бурганова Л.А. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.