

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель /Ившина Т.А./
(подпись, расшифровка подписи)
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Психология массовых коммуникаций
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	2-3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2022 г.

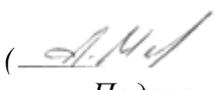
Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 10 от 10.05.2023 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № 9 от 14.05.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от 20 г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, Ученая степень, звание
Андреева Ю.В.	СОРиК	к.пс.н.

	СОГЛАСОВАНО
	Заведующий выпускающей кафедрой
	 /_ Магомедов А.К. / Подпись ФИО «10» 05 2022 г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с теоретическими и практическими сведениями по психологии и массовой коммуникации, изучение студентами научных основ психологии массовых коммуникаций, формирование у них прочных знаний в области психологических аспектов массовой коммуникации в условиях современного социума. А именно - понимания психологических моделей личности и психики как основы организации массовых коммуникационных процессов, знания основных видов воздействия на аудиторию в ходе массовой коммуникации, усвоения закономерностей психических познавательных процессов аудитории в процессах массовой коммуникации, понимания особенностей мотивационных и эмоциональных механизмов, проблем психологии коммуникатора, вопросов психологической эффективности массовой коммуникации.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовой коммуникации;
- рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов аудитории в ходе массовой коммуникации;
- изучение методов и методик исследования психологических особенностей аудитории в ходе массовой коммуникации;
- овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов;
- овладение умением анализировать психологические особенности коммуникатора и имиджкоммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов;
- овладение умением осуществлять психологический и логический анализ сообщений СМК;
- овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение психологических закономерностей творческих процессов, овладение приемами активизации творческих способностей в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма:

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в четвертом и пятом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения. Предшествующие дисциплины «Управление конфликтами в массовых коммуникациях», «Демография и социальная статистика», «Социальные институты и процессы», «Основы теории коммуникации», «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики СО», «Философия», «Основы научных исследований», «Теория и практика массовой информации Технологии имиджмейкинга», «Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью», Современные медиакоммуникации, «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», Профессионально-ознакомительная практика, проектная деятельность, профессионально-творческая практика.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей: «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы брендинга», «Поведение потребителей» а также для преддипломной практики, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

Заочная форма:

Дисциплина «Психология массовой коммуникации» Б1.Б.21 относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в пятом и шестом семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения. Предшествующие дисциплины «Управление конфликтами в массовых коммуникациях» «Демография и социальная статистика», «Социальные институты и процессы», «Основы теории коммуникации», «Основы теории и практики рекламы», «Основы теории и практики СО», «Философия», «Основы научных исследований», «Теория и практика массовой информации Технологии имиджмейкинга», «Технологии деловой коммуникации в рекламе и связях с общественностью», Современные медиакоммуникации, «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», Профессионально-ознакомительная практика, проектная деятельность.

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин «Психология массовой коммуникации» является **основанием для последующего изучения дисциплин:** Профессионально творческая практика, «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы брендинга», «Поведение потребителей» а также для преддипломной практики, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
--	--

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>Знать: виды ресурсов, основные каналы поиска информации, необходимые для решения задачи, основные методы оценки различных способов решения профессиональных задач их преимущества; формулировать собственную позицию в рамках поставленной задачи; оценивать результаты решения поставленной задачи. Уметь: проводить анализ поставленной задачи, уметь организовывать, разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в рамках поставленной задачи, анализировать альтернативные варианты реализации поставленной задачи. Владеть: методиками оценки поставленной задачи, учитывать критерии выбора статистических методов для проведения анализа результатов маркетинговых исследований, поиск информации в глобальной сети Интернет, данных опросов и маркетинговой информации пользователей глобальной сети.</p>
<p>ОПК2- Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в издаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>Знать: методы сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы, с учетом знаний об общественных науках актуальных проблем современного общества. Уметь: применять методы социологических и психологических исследований с целью изучения поведения потребителя, мониторинга общественного мнения, организации взаимодействия, исследования отношения различных аудиторий к компании, бренду, товару. Владеть: навыками анализа, разработки и оценки документов, включая медиапланы, медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>
<p>ОПК 4 -Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: основные концепции направления современного предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности; Уметь: отвечать на запросы общества и аудитории в профессиональной деятельности, учитывая базовые основы протекания психических процессов, особенности элементов структуры личности, специфику функционирования социальных межличностных, межгрупповых взаимосвязей и контактов; современные теории конфликта. Владеть:- навыками и методами применения различных средств коммуникаций на основе выявления, анализа и оценки запросов общества и аудитории.</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

ОПК7-Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать: социально-психологические особенности различных аудиторий в своей профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: применять нормы и правила этических Кодексов в сфере коммуникаций;</p> <p>Владеть: инструментами и средствами Интернет для Проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, применения ключевых принципов Социальной ответственности.</p>
--	---

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5

по видам учебной работы (в часах) 180 часов

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		4	5	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	68	32	36	
Аудиторные занятия:	68	32	36	
Лекции	34	16	18	
семинарские и практические занятия	34	16	18	
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	76	40	36	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания 1,2 Контрольная работа 1	Практические задания 3,4 Контрольная работа 2	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	36	Зачёт	Экзамен (36)	
Всего часов по дисциплине	180	72	108	

**В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слэш указывается количество часов работы ППС обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		5	6	
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	18	10	8	
Аудиторные занятия:	18	10	8	
Лекции	8	4	4	
семинарские и практические занятия	10	6	4	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	149	76	73	
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические задания 1-2, Контрольная работа 1	Практические задания 3-4, Контрольная работа 2	
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	13	Зачёт (4)	Экзамен (9)	
Всего часов по дисциплине	180	90	90	

**В случае необходимости использования учебно-процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слесу указывается количество часов работы ППС обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения*

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения _____ очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Психика и личность как базовосприимчивость информации, психологические методы их изучения в аспекте задач массовых коммуникаций (семестр 4)							
Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций: развитие предмета, место психологии массовых коммуникаций в системе психологических знаний.	10	2	2		2	6	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине							
Тема 2. Методы психологии массовых коммуникаций. Современные области исследований психологии массовых коммуникаций	16	4	4		2	8	Устный прос, практическое задание
Тема 3. Социокультурная обусловленность прикладно-назначенных массовых коммуникаций.	10	2	2		2	6	Устный прос, практическое задание
Тема 4. Структура коммуникативного процесса и его психологические характеристики.	10	2	2		2	6	Устный опрос
Тема 5. Структура личности как базис восприятия информации.	12	2	2		4	8	Устный опрос
Тема 6. Значение установок и стереотипов в процессе массовой коммуникации	16	4	4		4	8	Устный прос, контрольная работа
Раздел 2. Психология организации воздействия в массовых коммуникациях: модели, механизмы, приемы массового воздействия (семестр 5)							
Тема 7. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации.	10	2	2		4	6	Устный прос, практическое задание
Тема 8. Информационное восприятие субъекта массовой коммуникации.	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 9. Мотивы и потребности в процессе массовой коммуникации	6	2	2		2	2	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине							
кации							
Тема 10. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	6	2	2		2	2	Устный опрос
Тема 11. Аудитория средств массовой коммуникации	10	2	2		2	6	Устный опрос, практическое задание
Тема 12. Психологический анализ средств массовой коммуникации	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 13. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 14. Сообщение и оценка эффективности в массовой коммуникации	14	4	4		2	6	Контрольная работа 2
Итого	144	34	34			76	

144+36(ЭКЗАМЕН)=180ч.

Форма обучения _____ заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Формат контроля занятий
		Аудиторные занятия			Занятия в интeрнeт-формe	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Психика и личность как базовое восприятие информации, психологические методы их изучения в аспекте задач массовых коммуникаций (семестр 5)							

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа дисциплины							
Тема 1. Введение в ПМК: предмет и место в системе психологических знаний. Методы ПМК и современные области исследований	24	2	2		2	20	Устный прос, практическое задание
Тема 2. Прикладное назначение психологии для массовых коммуникаций. Коммуникативный процесс и его психологические характеристики	22	1	1		2	20	Устный прос, практическое задание
Тема 3. Структуральности как базовосприятия информации. Психическая организация субъекта коммуникации.	23	1	2		2	20	Устный прос, контрольная работа 1
Раздел 2. Психология организации и воздействия в массовых коммуникациях: модели, механизмы, приёмы массового воздействия, аудитория массового воздействия (семестр 6)							
Тема 4. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации.	32	2	2		2	28	Устный прос, практическое задание
Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Оценка эффективности в массовой коммуникации.	30	1	1		2	28	Устный прос, практическое задание
Тема 6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	36	1	2		2	33	Устный прос, контрольная работа 2.
Итого	167	8	10		12	149	

167+4(ЗАЧЁТ)+9(ЭКЗАМЕН)=180Ч.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

5. СОДЕРЖАНИЕ Тема 1.

Введение в психологию массовых коммуникаций.

Развитие предмета, место психологии массовых коммуникаций в системе психологических знаний. Этапы становления и развития знания о предмете психологии, подходы к изучению предмета. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация. Психологические, социальные, социально-психологические функции массовой коммуникации и их способность конструировать общественное мнение, направлять общественное сознание.

Тема 2. Методы исследования в психологии массовых коммуникаций. Общее представление о методе. Классификации психологических методов. Организация психологического исследования. Эмпирические методы. Наблюдение. Самонаблюдение, его отличие от интерспекции. Экспериментальные методы. Виды экспериментов, особенности организации и проведения естественных и лабораторных экспериментов. Понятие социального эксперимента. Виды социальных экспериментов. Диагностические методы. Особенности и виды психологических тестов, включение психологического тестирования в исследовательский проект. Проективные методы, особенности их применения при изучении коммуникаций.

Тема 3. Социокультурная обусловленность и прикладное назначение массовых коммуникаций.

Массовая коммуникация как социально-психологический феномен. Динамика и непредсказуемость психологических процессов в массовых коммуникациях. Понятие информационного общества и общества потребления. Культурные факторы и потребление информации. Культура выстраивания коммуникаций. Значение культурной среды (внутренние маркеры культуры) и современных условий коммуникации (свобода слова, право каждого на получение и распространение информации и т.д.). Роль и значение массовой коммуникации в аспекте рекламы, связей с общественностью, маркетинга, менеджмента.

Тема 4. Структура коммуникативного процесса и его психологические характеристики.

Правила организации коммуникации. Каналы коммуникации. Средства массовой коммуникации - «овещественные» способы передачи, производства, сохранения и распространения информации и тех ценностей (идеологии) которая в ней заложена. Механизм кодирования, единицы кодирования. Специфика процесса массовой коммуникации – в его неоднаправленном характере (1) т.е. информация передается от одного активного источника (коммуникатора) к различным, в т.ч. не связанным друг с другом, при этом обратная связь либо оставлена во времени, либо осуществляется в очень незначительной степени (2). Кроме того, развитие коммуникаций в современном обществе включает в себя и такие процессы, в ходе которых информация не только передаётся, но и искажается, может самопроизвольно возрастать или угасать (3). Т. о. психологическая суть механизма распространения в том что что реципиенты, играющие при приеме информации пассивную роль, становятся активными коммуникаторами, распространяя, трансформируя, переконструируя полученную информацию, руководствуясь интересом, подражанием, модой и т.д.

Психологические характеристики массовой коммуникации: интерес, подражание, опосредованное, неявное воздействие, формирование ценностей, которые функционируя

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

на личностном уровне, формируют массовое (общественное) сознание; идентификация, эмоциональное и смысловое отождествление потребностей поступающей информации; восприятие, понимание, переживание, запоминание, мотивация и ожидания в механизме обращения аудитории к СМК; убеждающее воздействие; формирование интересов и стереотипов массового сознания через установки; создание условий для реализации феноменов подражания и заражения в массовых проявлениях; формирование и распространение слухов.

Тема 5. Структура личности как база восприятия информации.

Подходы разных направлений и психологических школ. Топографическая модель организации психики: сознание, предсознательное, бессознательное (Психоанализ Фрейда и школа его последователей) Соппротивление и механизмы защиты (отрицание, реактивное образование, замещение, вытеснение рационализация регрессия проекция, сублимация). Понятия личного и коллективного бессознательного (Юнг). Архетипы и архетипические образы. Проявления архетипов в культуре (произведениях мифологии и искусства, религиозной символике, рекламных сообщениях). Основные архетипы коллективного бессознательного. Процесс индивидуализации как основополагающий процесс личностного развития, интеграции всех личностных подструктур (персона, эго-комплекс, тень). Индивидуальная теория личности. Основные тезисы индивидуальной психологии (Адлер). Бихевиоризм. Бихевиоральный подход к формированию поведения человека. Подходы гештальт-психологии, гуманистической и когнитивной психологии к воздействию и исследованию личности и ее поведения. Роль средств массовой коммуникации как агента социализации, формирования, развития и деформации личности.

Тема 6. Значение установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.

Понятие установки. Психологическая структура установок. Когнитивный, эмоциональный и конативный компоненты установок. Функции установок. Физиологическая основа установки. Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка. Уровни установок в регуляции деятельности (смысловые, целевые и операционные установки). Социальная установка (аттитюд). Реализация установок в поведении. Несогласованность установок и поведения. Условия изменения установок. Установка и проблема опережения в средствах массовой коммуникации.

Понятие стереотипа. Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации. Компоненты стереотипов. Условия формирования стереотипов. Функции стереотипов. Виды стереотипов (положительные и отрицательные; национальные; полоролевые; половые, возрастные, статусные, потребительские). Приемы усиления и ослабления стереотипов. Методы изучения стереотипов. Теория стереотипа ожидания.

Тема 7. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации.

Ключевые подходы к организации психологического воздействия в массовых коммуникациях. Убеждение и внушение; суггестия; 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. Характеристика манипулятивного воздействия. Актуализаторы. Составляющие манипулятивного воздействия. Манипулятивные приемы коммуникации и средства защиты. Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.

Тема 8. Информационное восприятие субъекта массовой коммуникации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Психические процессы, ощущение, восприятие, внимание. Интерес как фактор коммуникации. Виды внимания: произвольное, непроизвольное, послепроизвольное. Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания. Объем внимания. Свойства внимания (избирательность, сосредоточение, распределение, переключение внимания). Факторы привлечения внимания в процессе массовой коммуникации. Восприятие. Перцепция и апперцепция. Факторы, влияющие на восприятие. Гештальт-теория о закономерностях образования образа восприятия. Свойства восприятия: предметность, целостность, структурность, константность, осмысленность, целенаправленность. Понимание. Значение структуры личности для понимания сообщений. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Шумы и барьеры. Понимание как процесс. Мышление как важный фактор понимания. Субъективные и объективные факторы понимания. Роль стереотипа и установки при понимании сообщений массовой коммуникации. Эффекты понимания и восприятия сообщений массовой коммуникации: Блокирование понимания. Эффект «бумеранга». Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Память. Виды памяти. Процессы памяти (запоминание, забывание, воспроизведение и сохранение в условиях массовой коммуникации). Факторы, влияющие на запоминание и воспроизведение информации. «Предел насыщения». «Сторожевой эффект». «Дремлющий эффект». Объем памяти. Значение стереотипов для запоминания и удержания сообщения в памяти. Роль эмоций и их значение при восприятии информации субъектом массовой коммуникации.

Тема 9. Мотивы и потребности в процессе массовой коммуникации.

Мотивационно-потребностная сфера психики. Потребности. Потребностные состояния. Определенность потребности. Мотив. Характеристики мотивационных образований (осознанность-неосознанность; врожденность-приобретенность; качественная характеристика; временная характеристика; иерархичность; направленность; сила). Явление полимотивации. Мотивационная динамика, актуализация и формирование мотивов (сдвиг мотива на цель, мотивационное опосредование, мотивационная фиксация, замещение и генерализация потребностей, смещение потребности на процесс удовлетворения потребности). Зависимость эффективности деятельности от степени активации. Закон Йоркса-Додсона. Принципы стимулирования мотивации. Мотивационный анализ в рекламе (Э. Дихтер, В.Паккард, Д. Смит, Л. Ческин). Мотивы обращения аудитории к различным СМК. Потребности, мотивы и ожидания аудитории СМК. Методы изучения мотивационно-потребностной сферы личности.

Тема 10. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.

Психология массового поведения. Влияние присутствия других. Подражание и заражение – механизмы формирования массовых процессов и закономерности их использования в ходе массовой коммуникации. Понятия «толпа», «паника», «мода» и воздействие средств массовой коммуникации. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама. Признаки моды. Типы мотивации следования моде. Механизмы возникновения и распространения моды. Использование явления моды в рекламной деятельности. Коммуникативные сети (централизованные, децентрализованные). Особенности воздействия в условиях различных типов коммуникационных сетей. Слухи. Анализ функционирования слухов как способ изучения потока массовой коммуникации внутри аудитории. Факторы, определяющие появление слухов. Ступени нарастания слухов. Аудитория слухов. Роль средств массовой информации в распространении слухов. Процесс искажения сообщения во время передачи слухов. Нивелировка. Выпячивание.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Ассимиляция. Роль рационализации. Подгонка под стереотип. Переработка сообщений. Борьба со слухами. Привитие иммунитета к слухам как способ борьбы со слухами. Своевременная, точная информация - главный способ подавления слухов.

Тема 11. Аудитория средств массовой коммуникации.

Понятие аудитории средств массовой коммуникации. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации (открытая-закрытая, потенциальная, наличная, целевая аудитория). Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы, установки) и главный барьер на пути влияния массовой коммуникации. Другие барьеры массовой коммуникации (особенности психологических характеристики личности, физические - пространственные и временные, коммуникативные - социально-психологические факторы и состояния личности и группы).

Типология аудитории (социологическая, социально-психологическая, специальная). Понятие сегментации аудитории. Психографика.

Методы изучения аудитории массовой коммуникации. Опросы, анкетирование, интервью. Использование технических средств для изучения аудитории. Достоинства и недостатки отдельных методов изучения аудитории. Проблема рейтингов каналов массовой коммуникации.

Тема 12. Психологический анализ средств массовой коммуникации.

Особенности современных медиа как средств массовой информации. Преимущества и недостатки печатных и электронных средств массовой информации. Конкурентоспособность текста по отношению к современным визуальным

коммуникационным средствам. Особенности современного радио и телевидения. Специфика кино. Психологические и социально-психологические аспекты восприятия аудио-визуальной информации. Эффект присутствия. Особенности телевидения и формата видеохостинга. Зрительно-звуковой язык. Место телевидения и видеохостингов в системе информации общества: преимущества и недостатки, манипулятивные возможности. Телевизионный диалог и блогинг - возвращение к межличностному общению. Приватная и публичная индивидуальность. Особенности современных интернет-технологий как средства массовой коммуникации. Возможности и перспективы.

Тема 13. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

Специфика поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Социально-демографические и индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Социально-психологические модели коммуникатора: модели Г. Келмана, Дж. Голдхабера. Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ. Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ. Имидж – технологии в условиях массовой коммуникации. Социально-психологические характеристики имиджа. Принципы создания имиджа. Приемы создания имиджа (гиперболизация, акцентирование, контаминация ценностей). Мифологические приемы при создании имиджа. Имидж коммуникатора в условиях массовой коммуникации: публичная и приватная индивидуальность, специфика формирования, требования к визуальной и вербальной составляющей имиджа.

Психологические методы, используемые для изучения имиджа (техника семантического дифференциала Ч. Осгуда, репертуарные решетки Дж. Келли). Проблема определения психологических параметров оценки личного имиджа. Сопоставление характеристик прототипа имиджа с характеристиками идеала имиджевой аудитории.

Тема 14. Сообщение и оценка эффективности в массовой коммуникации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Сообщение. Понятие сообщения в массовой коммуникации. Вербальные и визуальные сообщения. Текст. Плотность текста. Принцип близости. Главная мысль. Полнота раскрытия главной мысли. Информативность. Сочетание логики изложения с экспрессивностью. Адекватность понимания. Роль зрительного ряда. Организация текста. Подготовка текста. Языковые "ножницы". Понятие популяризации текста. Особенности организации сообщения для разных видов аудитории. Понятие топоса. Логика и риторика в сообщении. Логические и риторические приемы. Эффективность массовой коммуникации. Приемы оценки эффективности. Экспертный анализ сообщений массовой коммуникации.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

7. Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций.

Устный опрос. Вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- эволюция развития представлений о предмете психологии массовых коммуникаций
- массовая коммуникация в парадигме социальной психологии
- различия между понятиями: общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация
- функции массовой коммуникации и их способность конструировать общественное мнение, направлять общественное сознание.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 2. Методы исследования в психологии массовых коммуникаций.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- исследования социальной психологии
- возможности и обоснованность применения разных методов психологического исследования
- особенности публичного восприятия
- формирование коллективных представлений
- психология формирования повседневного опыта массового общения.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Подготовка презентации по итогам Практического задания (1) «Анализ результатов психологических экспериментов и перспективы их использования для задач массовых коммуникаций»: 1. Изучите материалы психологических экспериментов, которые проводились на протяжении XX века (*примерный список см. ниже); 2. Выберите наиболее впечатливший вас эксперимент и объясните какое влияние его результаты оказали на сферу массовых коммуникаций и наше знание о ней; 3. Проведите критический анализ результатов выбранного эксперимента (применимость в современных условиях, возможность воспроизводимости результатов, соответствие этическим нормам, перспективы развития экспериментальной темы и т.п.) 4. Оформите практическое задание в виде презентации в Power Point.

* Список психологических экспериментов для изучения:

- Автокинетический эффект (формирование социальных норм) — Музафер Шериф (1936)
- Изучение поведения личности в группе (влияние типов лидерства на поведение членов группы) — К. Левин, Р. Липпигт и Р. Уайт (1939)
- Выявление факторов, влияющих на изменение мнения (изменение мнения в зависимости от односторонней соответственно двусторонней аргументации) — Ховланд, Ламсдейн, Шеффилд (1949)
- Йельские исследования (влияние средств массовой информации на личные установки человека. Коммуникативное влияние и правдоподобие; так называемый «Эффект спящего») — Карл И. Ховланд и Вайс (1951)
- Эксперимент по изучению конформизма Соломона Аша (1951)
- Эксперимент «Использование мотива страха» (влияние порождающей страх информации) — И.Л. Джэнис и С.Фешбах (1953)
- Эксперимент по изучению конформизма — Крэффилд (1955)
- Эксперимент Гринспуна (обучение без осознания) — Дж. Гринспун (1955)
- Эксперимент по изучению возникновения кооперации («Дилемма заключенного») — Сидовски, Выков, Тэбори (1956)
- Эксперимент «Летний лагерь» (разрешение межгрупповых конфликтов) — Роберт Кейв, Музафер Шериф (1954, 1956, 1966)
- Эксперимент по изучению связи между стимулом и реакцией (подпороговое восприятие) (1957, 1958)
- Эксперимент «Отказ от риска» (об ответственности и готовности рисковать индивидуально и в группе) — Стонер и Валлах, Коган и Берн (60-е годы)
- Эксперимент Милгрэма (подчинение авторитету) — Стэнли Милгрэм (60-е годы)
- Эффект «Пигмалиона» — Роберт Розенталь (1963, 1966)
- Эксперимент выявления факторов, влияющих на изменение мнения (изменение мнения в зависимости от правдоподобности коммуникатора) — Аронсон, Тернер, Карлсмитан (1963)
- Эксперимент по изучению конформизма и смены установок — Филипп Зимбардо, Вейзенберг, Файерстоун, Левия (1965)
- Эксперимент по изучению изменений структур групп — Бавела, Хесторф, Гросс, Кайта (1965)
- Эксперимент Стернберга — Стернберг (1966)
- Эффект Валинса на осознаваемое ощущение физиологических изменений при актуализации эмоциональной реакции — Стюарт Валинс (1966)
- Эксперимент «Нога в дверях» — Фридман, Фрейзер (1966)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Эксперимент «Ошибка атрибуции» — Джонсон, Харрис (1967)
- Третья волна (эксперимент) — Рон Джонс (1967)
- Эксперимент «Перекалывание собственной ответственности» (диффузия ответственности) — Бибб Латане и Джон Дарли (1968)
- Эксперимент по изучению влияния меньшинства (влияние сплоченного меньшинства на поведение большинства) — Московичи, Лаге, Наффречекс (1969) ранее провел Аш
- Эксперимент «Эффект бумеранга» и изучение психологического сопротивления — Ворхель и Брэм (1970)
- Стэнфордский тюремный эксперимент (изучение поведения человека в условиях заключения) — Филипп Зимбардо (1971)
- Эксперимент «Выученная беспомощность» — Мартин Селигман (1975)
- Эксперимент Дональда по изучению прайминга и формирования впечатлений — Хиггинс, Рольс и Джонс (1997)
- Эксперимент Либета — Бенджамин Либет (1983)

Тема 3. Социокультурная обусловленность и прикладное назначение массовых коммуникаций.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- динамические характеристики массовых коммуникаций
- понятие информационного общества и общества потребления.
- культурные факторы и потребление информации.
- культура выстраивания коммуникаций.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Практическое задание (2): «Определение степени привлечения внимания покупателей к наружной рекламе (витрине, стенду)» (кейс): 1. Изучите полученные бланки наблюдения – какие данные в них регистрируются? 2. Ответьте на вопросы: а) какой стенд выставки привлёк наибольшее внимание посетителей; б) как долго задерживались посетители у того или иного стенда; в) сколько человек после ознакомления со стендом обратились к консультанту; г) какой товар вызвал наибольший интерес и каким спросом он пользовался? 3. Какую информацию еще можно получить из анализа бланков наблюдения; какой информации недостаточно? 4. Предложите свою методику сбора, обработки и анализа регистрируемых данных наблюдения. 5. Оформите практическое задание, в виде презентации в Power Point.

Тема 4. Структура коммуникативного процесса и его психологические характеристики.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- правила организации коммуникации в психологии
- каналы коммуникации и их психологические характеристики
- современные средства массовой коммуникации с точки зрения их психологической оценки
- механизм кодирования, единицы кодирования информации в психологии
- психологическая специфика процесса массовой коммуникации
- психологические характеристики массовой коммуникации.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 5. Структура личности как база восприятия информации.

Устный опрос. Вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Понятия индивид – субъект деятельности, личность, индивидуальность

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Влияние биологических и социальных факторов на развитие личности
- Взаимосвязь психического развития личности и её основной деятельности
- Регуляция социального поведения личности
- Личность в психоанализе, индивидуальной психологии (структурная модель психики и защитные механизмы, уровни протекания бессознательных процессов, индивидуальное и коллективное, понятие самости)
- Личность и подход к ней в бихевиоризме
- Личность и ее анализ в гештальт-психологии
- Личность в гуманистической психологии
- Личность в когнитивной психологии.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 6. Значение установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Структура установок и условия ее изменения
- Физиологический механизм формирования установки
- Виды стереотипов
- Прикладные аспекты стереотипизации для задач СМК

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Контрольная работа 1. Проводится по вопросам, которые обсуждались в рамках следующих тем: Тема 1, Тема 4, Тема 5, Тема 6:

1. Эволюция развития представлений о предмете психологии массовых коммуникаций
2. Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии
3. Различия между понятиями: общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация
4. Функции массовой коммуникации и их способность конструировать общественное мнение, направлять общественное сознание.
5. Правила организации коммуникации
6. Каналы коммуникации и современные средства массовой коммуникации
7. Механизм кодирования, единицы кодирования
8. Психологическая специфика процесса массовой коммуникации
9. Психологические характеристики массовой коммуникации
10. Понятия индивид – субъект деятельности, личность, индивидуальность
11. Влияние биологических и социальных факторов на развитие личности
12. Взаимосвязь психического развития личности и её основной деятельности
13. Регуляция социального поведения личности
14. Личность в психоанализе, индивидуальной психологии (структурная модель психики и защитные механизмы, уровни протекания бессознательных процессов, индивидуальное и коллективное, понятие самости)
15. Личность и подход к ней в бихевиоризме
16. Личность и ее анализ в гештальт-психологии
17. Личность в гуманистической психологии
18. Личность в когнитивной психологии
19. Структура установок и условия ее изменения
20. Физиологический механизм формирования установки
21. Виды стереотипов

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

22. Прикладные аспекты стереотипизации

Тема 7. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации.

Устный опрос. Вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Психологические подходы к приемам воздействия: обобщенные психологические модели.
- Вербально-суггестивное воздействие и его приемы
- Психоаналитическое воздействие и его приемы
- Имиджевое воздействие и его приемы
- Социально-психологическое (социокультурное) воздействие и его приемы
- Потребностно-мотивационное воздействие и его приемы

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Практическое задание (3) «Анализ подходов и приёмов организации психологического воздействия в рекламе»: 1. Выполните контент-анализ журнальной рекламы, размещенной в популярных глянцевах изданиях (или их электронных версиях) за текущую пятилетку. Отберите для анализа любое (одно) глянцевое издание. 2. Выделите в качестве категорий анализа – рекламируемую товарную группу, в качестве единиц анализа – психологический подход в рамках которого конструируется конкретное рекламное обращение, в качестве единиц счёта – конкретный психологический приём (или конструкцию из нескольких приёмов), которая используется в конкретной рекламе.

3. Произведите подсчёт и проведите содержательный анализ изученного вами контента: какой психологический подход является преобладающим? Какие приёмы используются чаще всего? Какие вербальные и визуальные конструкции (из каких приёмов?) составляют создатели рекламы в современных глянцевах изданиях? С чем на ваш взгляд связано преобладание того или иного психологического подхода и его приёмов для организации психологического воздействия? 4. Оформите практическое задание в виде аналитического отчёта, содержащего в приложении таблицы контент-анализа и подготовьте устное выступление на семинарском занятии, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Тема 8. Информационное восприятие субъекта массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- значение ощущения и свойства восприятия в коммуникациях
- значение внимания, методы и способы привлечения и отвлечения внимания в массовых коммуникациях
- роль памяти и факторы, влияющие на сохранение и забывание информации
- мышление и субъективное понимание информации
- значение чувств и эмоционально-волевых процессов

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 9. Мотивы и потребности в процессе массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Теории мотивации, структура и функционирование потребностей
- Методы изучения мотивационно-потребностной сферы личности.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 10. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Закономерности массового поведения
- Механизмы возникновения и распространения моды.
- Особенности воздействия в условиях различных типов коммуникационных сетей.
- Функционирование слухов

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 11. Аудитория средств массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации.
- Типология аудитории. Психографика.
- Психологические методы изучения аудитории массовой коммуникации.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Практическое задание (4) «Коммуникационные эффекты рекламы и психологический профиль потребителя»: 1. На площадке видеохостинга со свободным доступом подберите рекламные образцы (видео-рекламу не старше пяти лет), рассчитанные на потребителей с разным психологическим профилем; 2. Обоснуйте свой выбор рекламных образцов для каждого психологического профиля и выделите критерии коммуникативной эффективности для разных психотипов; 3. Оформите практическое задание в виде презентации в Power Point.

Тема 12. Психологический анализ средств массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Виды анализа для разных типов коммуникационных средств
- Виды анализа в зависимости от аудитории
- Особенности анализа онлайн-сообществ и коммуникаций в социальных медиа

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 13. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ.
- Принципы и приемы создания имиджа.
- Психологические методы, используемые для изучения имиджа

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 14. Сообщение и оценка эффективности в массовой коммуникации.

Устный опрос. Примерные вопросы для подготовки и обсуждения на семинаре:

- Особенности организации сообщения для разных видов аудитории.
- Приемы оценки эффективности.
- Экспертный анализ сообщений массовой коммуникации.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Контрольная работа 2. Проводится по вопросам, которые обсуждались в рамках следующих тем: Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 12, Тема 13:

1. Значение ощущения и свойства восприятия в коммуникациях

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

2. Значение внимания, методы и способы привлечения и отвлечения внимания в массовых коммуникациях
3. Роль памяти и факторы, влияющие на сохранение и забывание информации
4. Мышление и субъективное понимание информации
5. Значение чувств и эмоционально-волевых процессов
6. Теории мотивации, структура и функционирование потребностей
7. Методы изучения мотивационно-потребностной сферы личности.
8. Закономерности массового поведения
9. Механизмы возникновения и распространения моды.
10. Особенности воздействия в условиях различных типов коммуникационных сетей.
11. Функционирование слухов
12. Виды анализа для разных типов коммуникационных средств
13. Виды анализа в зависимости от аудитории
14. Особенности анализа онлайн-сообществ и коммуникаций в социальных медиа
15. Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ.
16. Психологические методы, используемые для изучения имиджа.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

№	Формулировка вопроса
1.	Психологические аспекты общения и коммуникации.
2.	Функции и виды коммуникации.
3.	Массовая коммуникация, сравнительный анализ массовой и межличностной коммуникации.
4.	Функции массовой коммуникации. Структура коммуникативного акта. Обратная связь в коммуникации.
5.	Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Бихевиоризм.
6.	Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Психодинамическая теория Фрейда
7.	Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Индивидуальная теория Адлера.
8.	Структура личности как база восприятия информации: теории личности. Аналитическая психология К.Г. Юнга.
9.	Специфика поведения коммуникатора в условиях массовой коммуникации.
10.	Социально-демографические характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.
11.	Индивидуально-личностные характеристики коммуникатора в условиях массовой коммуникации.
12.	Социально-психологические модели коммуникатора: модель Г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

	Келмана.
13.	Социально-психологические модели коммуникатора: модель Дж. Голдхабера.
14.	Коммуникативная ситуация и формы подачи коммуникатора в СМИ.
15.	Методы исследования восприятия коммуникатора аудиторией в СМИ.
16.	Имидж-технологии в массовой коммуникации. Социально-психологические характеристики имиджа. Виды имиджа. Принципы и приемы формирования имиджа.
17.	Психологические стратегия и тактика конструирования имиджа.
18.	Методы оценки имиджа (семантический дифференциал Ч. Осгуда, метод репертураных решеток Келли, метод группировки).
19.	Психологический анализ брендов и их атрибутов.
20.	Виды психологического воздействия: убеждение и внушение.
21.	Понятие манипуляции. Составляющие манипулятивного воздействия.
22.	Специфика манипуляции и манипулятивных приемов, используемых в СМК.
23.	Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию.
24.	Психологические основы восприятия сообщений СМК.
25.	Психологические основы внимания в массово-коммуникативном процессе.
26.	Психологические основы запоминания сообщений СМК.
27.	Психологические основы понимания сообщений СМК.
28.	Эмоционально-волевые аспекты в восприятии СМК
29.	Каналы массовой коммуникации. Специфика и ограничения различных каналов массовой коммуникации в современном мире.
30.	Роль стереотипа в процессе массовой коммуникации
31.	Роль установки в процессе массовой коммуникации
32.	Интерес, как фактор МК. Виды и особенности интересов
33.	Психологическая характеристика мотивационной сферы личности при обращении к СМК
34.	Психологическое заражение как способ воздействия на аудиторию
35.	Психологические особенности подражания
36.	Роль слухов в массовой коммуникации, разновидность слухов
37.	Психологические особенности толпы.
38.	Мода как массово-коммуникационное явление.
39.	Сообщение СМК. Топос. Логические и риторические приемы.
40.	Оценка эффективности массовой коммуникации.

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:

- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, а также конспектами лекций;
- выполнение практических заданий, подготовка презентаций, устных сообщений (докладов);

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- подготовка к контрольным работам, к зачету, к экзамену.

Очная форма

Название раздела	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к зачету, экзамену и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Устный опрос
Тема 2. Методы исследования в психологии массовых коммуникаций.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	8	Устный опрос, проверка практического задания 1 (презентация)
Тема 3. Социокультурная обусловленность и прикладное назначение массовых коммуникаций	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	6	Устный опрос, проверка практического задания 2 (презентация)
Тема 4. Структура коммуникативного процесса и его психологические характеристики.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Устный опрос
Тема 5. Структура личности как база восприятия информации.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	8	Устный опрос
Тема 6. Значение установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка к контрольной работе	8	Устный опрос, проверка контрольной работы 1
Тема 7. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	6	Устный опрос, проверка практического задания 3 (презентация)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
Тема 8. Информационное восприятие субъекта массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос	
Тема 9. Мотивы и потребности в процессе массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	2	Устный опрос	
Тема 10. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	2	Устный опрос	
Тема 11. Аудитория средств массовой коммуникации.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнение практического задания	6	Устный опрос, проверка практического задания 4(презентация)	
Тема 12. Психологический анализ средств массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос	
Тема 13. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос	
Тема 14. Сообщение и оценка эффективности в массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка к контрольной работе	6	Устный опрос, проверка контрольной работы 2	

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине			
Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций. Предмет и место ПМК в системе психологических знаний. Методы ПМК и современные области исследований	Проработка учебного материала. Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнения практического задания	20	Устный опрос, проверка практического задания 1 (презентация)
Тема 2. Прикладное назначение психологии для задач массовых коммуникаций. Коммуникативный процесс и его психологические характеристики	Проработка учебного материала. Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнения практического задания	20	Устный опрос, проверка практического задания 2 (презентация)
Тема 3. Структура личности как базис восприятия информации. Психическая организация субъекта коммуникации.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка к контрольной работе	20	Устный опрос, проверка контрольной работы 1
Тема 4. Виды психологического воздействия в массовой коммуникации.	Проработка учебного материала. Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнения практического задания	28	Устный опрос, проверка практического задания 3 (презентация)
Тема 5. Аудитория средств массовой коммуникации. Оценка эффективности массовой коммуникации	Проработка учебного материала. Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы выполнения практического задания	28	Устный опрос, проверка практического задания 4 (презентация)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
Тема	6. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, п одготовка к контрольной работе	33	Устный опрос, проверка контрольной работы 2

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы Основная литература:

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496255>.
2. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488952>.
3. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496320>.

Дополнительная литература:

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488986>.
2. Журавлев, А. Л. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации / Отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова - Москва : Институт психологии РАН, 2014. - 400 с. - ISBN 978-5-9270-0286-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927002863.html>
3. Латынов, В. В. Психология коммуникативного воздействия / Латынов В. В. - Москва : Институт психологии РАН, 2013. - 368 с. - ISBN 978-5-9270-0255-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927002559.html>
4. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491694>.

Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Психология массовых коммуникаций : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 327 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8152>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2022]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. - Москва, [2022]. - URL: <https://urait.ru>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. - Санкт-Петербург, [2022]. - URL: <https://e.lanbook.com>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.4. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2022]. - URL: <http://znanium.com>. - Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2022].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий EastView : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2022]. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. - Москва, [2022]. - URL: <http://elibrary.ru>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный

3.3. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. - Москва, [2022]. - URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. - Москва, [2022]. - URL: <https://нэб.рф>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

5. SMART Imagebase : научно-информационная база данных EBSCO // EBSCOhost : [портал]. - URL: <https://ebSCO.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. - Режим доступа : для авториз. пользователей. - Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал . - URL: <http://window.edu.ru/>. - Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». - URL: <http://www.edu.ru>. - Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. - Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. - Текст : электронный.

Зам. начальника УИТТ  А.В. Ключкова

Форма

1 из 2

университетпоподготовкеидополнительномуоучениюспециалистовволастиинтернет-маркетинга,управленияпроектами,дизайна,проектированияинтерфейсовивеб-разработки-
<http://netology.ru/>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

12. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

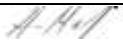
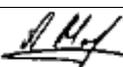
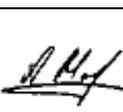
В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент Андреева Ю.В.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		10.05.23
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		10.05.23
3	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 3	Магомедов А.К.		14.05.24
4	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 4	Магомедов А.К.		14.05.24

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

4. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819>.
5. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510851>.
6. Душкина, М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12475-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518895>

Дополнительная литература:

5. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13985-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510894>.
6. Социальная психология: современная теория и практика : учебное пособие для вузов / В. В. Макурова [и др.]; под общей редакцией Л. В. Оконечниковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05381-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493472>
7. Латынов, В. В. Психология коммуникативного воздействия / Латынов В. В. - Москва : Институт психологии РАН, 2013. - 368 с. - ISBN 978-5-9270-0255-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927002559.html>
8. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513763>.

Учебно-методическая литература

2. Андреева Ю. В. Психология массовых коммуникаций : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 327 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8152>

Согласовано:

Гл. библиотекарь

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО

подпись

11.05.2023

дата

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
 Система «Антиплагиат.ВУЗ»
 Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
 ОС Microsoft Windows
 Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦГО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий /
Должность, категория, УИИТ

Щуренко Ю.В.,
0990



19.05.2023

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературыосновная

1. Гулевич О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник / О. А. Гулевич. - Москва : Юрайт, 2024. - 264 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/543101> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12406-4 : 1119.00. / .— ISBN 0_524468
2. Антонова Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум / Н. В. Антонова. - Москва : Юрайт, 2024. - 373 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535832> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-00520-2 : 1209.00. / .— ISBN 0_524466
3. Душкина М. Р. Психология влияния в деловом общении и социальных коммуникациях : учебник / М. Р. Душкина. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 228 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/543167> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12475-0 : 989.00. / .— ISBN 0_524558

дополнительная

1. Виноградова С. М. Психология массовой коммуникации : учебник / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. - Москва : Юрайт, 2024. - 443 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/535874> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-13985-3 : 1759.00. / .— ISBN 0_524469
2. Социальная психология: современная теория и практика : учебное пособие / В. В. Макурова, Э. Л. Боднар, А. А. Любякин [и др.]. - Москва : Юрайт, 2024. - 225 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/532436> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-17130-3 : 789.00. / .— ISBN 0_523578
3. Латынов, В. В. Психология коммуникативного воздействия / В. В. Латынов ; В. В. Латынов. - Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2019. - 368 с. - Книга находится в премиум- версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 26.09.2022 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/88403.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир.пользователей. - ISBN 978-5-9270-0255-9. / .— ISBN 0_150232
4. Ерофеева И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум / И. В. Ерофеева. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 206 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/538484> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12958-8 : 919.00. / .— ISBN 0_524463

учебно-методическая

1. Андреева Ю. В. Психология массовых коммуникаций : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 327 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41627.

Согласовано:

Главный редактор

Должность сотрудника Научной библиотеки

/ Мамаева Е.П. /

ФИО

подпись

2024

дата

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024