


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра психологии образования и развития

«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по учебной работе
Ю. А. Жадаев
2016 г.



Психология массовых коммуникаций

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры психологии образования и развития
«18» октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой _____ «18» октября 2016 г.
(подпись) А.Т. Крицкий (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического
и социального образования «24» октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко _____ «24» октября 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
«28» ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
_____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____
_____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Лист изменений № _____
_____ (подпись) _____ (руководитель ОПОП) _____ (дата)

Разработчики:

Васюта Галина Георгиевна, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии
образования и развития.

Программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций» соответствует требованиям
ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа
2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и
связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому
Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Изучение теоретических и практических основ психологии массовой коммуникации, знакомство с современными социально-психологическими исследованиями в области массовой коммуникации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин.

Профильной для данной дисциплины является организационно-управленческая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Основы конфликтологии», «Психология», «Религиоведение».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Выставочное дело», «Корпоративный менеджмент», «Современная пресс-служба», «Анализ случая в рекламе и связях с общественностью», «Технологии интеграции студентов в международную систему образования», прохождения практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– основные понятия и направления исследований в психологии массовых коммуникаций;

– специфику коммуникативного процесса в процессе массовой коммуникации и социально-психологические характеристики его составляющих;

– основные социально-психологические механизмы воздействия;

– основы психологии творчества;

уметь

– анализировать феномены массовой коммуникации, понимать их природу;

– оценивать целесообразность и эффективность использования различных механизмов воздействия в различных средствах массовой коммуникации;

владеть

– социально-психологическими методами исследования массовой коммуникации;

– методами активизации творческого мышления и воображения.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции (Л)	36	36
Практические занятия (ПЗ)	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	54	54
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3
		108
		3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	Специфика массовой коммуникации. Различия традиционных каналов СМК. Три исторически сложившихся подхода к исследованию массовой коммуникации. Психологические теории массовой коммуникации. Психологические аспекты изучения аудитории. Общая характеристика влияния массовой коммуникации: когнитивные, аффективные, физиологические и поведенческие изменения. Основные методы социально-психологического исследования массовой коммуникации и их специфика. Способы исследования СМИ.
2	Социально-психологическая характеристика процесса массовой коммуникации	Структурные компоненты массовой коммуникации. Средства (каналы) массовой коммуникации. Коммуникатор. Сообщение (контент) массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации. Эффективность массовой коммуникации.
3	Познавательные и эмоционально-волевые процессы в массовой коммуникации	Познавательные процессы в процессе массовой коммуникации: ощущение и восприятие, внимание, мнемические процессы, мышление, воображение. Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Понимание как процесс. Субъективные и объективные факторы понимания. Организация понимания сообщений в средствах массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Мотивы и потребности в процессе массовой коммуникации. Структура личности как база восприятия информации.
4	Психологическое воздействие в массовой коммуникации	Психологическое воздействие. Заражение. Внушение (или суггестия). Убеждение. Подражание. Феномен группового давления. Особенности воздействия рекламы на потребителя. Специфика рекламной

		коммуникации как модели эффективной массовой коммуникация.
5	Психология творчества в массовой коммуникации	Психология творчества журналиста, создателя рекламы. Психологические аспекты эстетических переживаний в процессе создания коммуникативных сообщений. Творческое мышление, способности, воображение, его интеллектуальный и эмоциональный факторы. Организация процесса творческого воображения. Методы активизации творческого мышления и уровни их построения. Психологические условия осуществления творческого процесса.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии	6	4	–	10	20
2	Социально-психологическая характеристика процесса массовой коммуникации	10	4	–	12	26
3	Познавательные и эмоционально-волевые процессы в массовой коммуникации	8	4	–	12	24
4	Психологическое воздействие в массовой коммуникации	6	4	–	10	20
5	Психология творчества в массовой коммуникации	6	2	–	10	18

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Богомолова Н.Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н.Н.Богомолова. М.: Аспект Пресс, 2010. URL: <http://www.iprbookshop.ru/56805>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты / Н.Ф.Пономарев. СПб: Питер, 2008.
3. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR / И.Ш.Резепов. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. URL: <http://www.iprbookshop.ru/6001>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.2. Дополнительная литература

1. Андреева Г.М. Психология социального познания / Г.М.Андреева. М.: Аспект Пресс, 2009. URL: <http://www.iprbookshop.ru/8861>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М.Андреева. М.: Аспект Пресс, 2009. URL: <http://www.iprbookshop.ru/8862>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Гарин Н.Н. Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии / Н.Н.Гарин, И.А.Данилов, О.Б.Жуков. М.: Аспект Пресс, 2011. URL: <http://www.iprbookshop.ru/8968>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

4. Калошина И.П. Психология творческой деятельности / И.П.Калошина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. URL: <http://www.iprbookshop.ru/16286>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
5. Кашапов М.М. Психология творческого мышления профессионала / М.М.Кашапов. М.: Пер Сэ, 2006. URL: <http://www.iprbookshop.ru/7424>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
6. Кочетков В.В. Психология межкультурных различий / В.В.Кочетков. М.: ПЕР СЭ, 2006. URL: <http://www.iprbookshop.ru/7469>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
7. Латынов В.В. Психология коммуникативного воздействия / В.В.Латынов. М.: Институт психологии РАН, 2013. URL: <http://www.iprbookshop.ru/32145>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
8. Человек как субъект и объект медиапсихологии / А.Г.Асмолов [и др.]. М.: МГУ, 2011. URL: <http://www.iprbookshop.ru/27428>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.
9. Эффективная коммуникация : словарь-справочник для специалистов в области связей с общественностью / С.А Василенко [и др.]. М.: Московский городской педагогический университет, 2013. URL: <http://www.iprbookshop.ru/26671>. ЭБС «IPRbooks», по паролю.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронный каталог ГБОУ ВПО «ВГСПУ» – URL: <http://library.vspu.ru/>.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – URL: <http://elibrary.ru>.
3. Портал психологических изданий Psyjournals – URL: <http://psyjournals.ru>.
4. Российская психология: информационно-аналитический портал – URL: <http://rospsy.ru>.
5. Психологический словарь – URL: <http://psi.webzone.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Авторские презентации слайды.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных

знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.