Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

Факультет практической психологии

Кафедра практической психологии

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Институт общественных наук
Факультет психологии
Кафедра общей психологии

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
Общей психологии ИОН
Протокол от «07» июня 2018 №10

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры
практической психологии МВШСЭН
Протокол от «06» июня 2018 г. №4

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.01.02 Психология массовых коммуникаций
(индекс и наименование дисциплины)

37.03.01 «Психология»
(код, наименование направления подготовки)

Психологическое консультирование и коучинг
(профиль)

Бакалавр
(квалификация)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2019

Москва, 2018 г.

Авторы–составители:

Доцент кафедры общей психологии ИОН РАНХиГС,
кандт. психол. наук, доцент Манухина С.Ю.

Доцент кафедры общей психологии ИОН РАНХиГС,
кандт. психол. наук Иванчей И. И.

Декан факультета психологии ИОН
докт.психол.наук, профессор, Спиридонов В.Ф.

Заведующий кафедрой
практической психологии МВШСЭН
кандт.психол.наук, доцент Шапиро Б.Ю.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6.1. Основная литература
6.2. Дополнительная литература
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
6.4. Нормативные правовые документы
6.5. Интернет-ресурсы
6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Результаты обучения
ПК-1	на уровне знаний: - содержание, структуру и особенности психологии массовых коммуникаций как самостоятельной научной дисциплины; – психологические основы потребительского поведения; – особенности психологического восприятия информационного поля СМИ; - психологические аспекты влияния рекламы на потребителя; - особенности работы с потребителями разных возрастных категорий; - психологические основы работы с ценностно-смысловой сферой потребителя; - модели принятия решений потребителем; – основы работы в медиа-пространстве социальных сетей; - возможные риски в возникновении отклонений в социальном и личностном статусе и развитии под влиянием медиа-пространства.
	на уровне умений: - разбираться в основных средствах массовой коммуникации; - определять особенности коммуникативных процессов, используемых в СМИ; - выявлять основные факторы, определяющие поведение потребителя; - выявлять социально-психологические характеристики аудитории; – уметь учитывать этнические и культурные особенности при анализе информационных сообщений –оценивать уровень влияния медиа-воздействия на потребителя; - практически применять социально-психологические знания для профилактики рисков отклонений под влиянием медиа-пространства.
	на уровне навыков*:* - методами анализа процессов массовой коммуникации; - основными методами самопрезентации, владения аудиторией; - основными технологиями создания имиджа; – владеть методами влияния культуры на потребностно-мотивационную сферу потребления; - основными моделями потребительского поведения: AIDA, ADIMA, ACCA, DAGMAR; - психологическими приемами профилактики отклонений в социальном и личностном статусе и развитии под влиянием медиа; – методами психологического анализа поведения в социальных сетях; - психолингвистическими приемами анализа продукции СМИ; – методами организации коммуникаций в социальных сетях.

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 Психология массовых коммуникаций входит в состав дисциплин по выбору вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» и изучается на 3 курсе в 1 семестре. Общая трудоемкость

дисциплины составляет 108 ак.ч./81 аст.ч. (3 з.е.), из которых 56 ак.ч (42 аст.ч) выделены на контактную работу с преподавателем в форме практических занятий, и 52 ак.ч (39 астр.ч) выделены на самостоятельную работу студентов.

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего Ак.ч/ аст.ч	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР Ак.ч /аст.ч	
			Л	ЛР	ПЗ Ак.ч/аст.ч	КСР		
Тема 1	Введение в психологию массовых коммуникаций	15			8		7	К
Тема 2	Средства и формы предоставления информации. Психологический подход.	15			8		7	К
Тема 3	Социально-психологические особенности работы с аудиторией.	15			8		7	Э
Тема 4	Психологические основы потребительского поведения	15			8		7	К
Тема 5	Психологические аспекты влияния рекламы на потребителя	18			8		10	Э
Тема 6	Психологические основы работы с ценностно-смысловой сферой	15			8		7	К

	потребителя							
Тема 7	Психологический анализ поведения в социальных сетях	15			8		7	К
Промежуточная аттестация								Зачёт с оценкой
Всего:		108			56		52	

Примечание:

*** – формы текущего контроля успеваемости: контрольная работа (К), эссе (Э).*

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций.

Определение понятия массовой коммуникации. Компоненты массовой коммуникации Г. Лассуэлла. Основные закономерности массовой коммуникации. Функции массовой коммуникации (Н. Богомолова). Специфика сообщений в массовой коммуникации. Основные проблемы, стоящие перед массовой коммуникацией Исследование психологии массовой коммуникации в зарубежной и русской психологической науке.

Тема 2. Средства и формы предоставления информации. Психологический подход.

Средства массовой коммуникации. Типология средств массовой коммуникации. Социально-историческая обусловленность средств МК, развитие СМИ. Основные психологические характеристики средств МК, их специфика. СМИ и формирование «Я».

Различные формы предоставления информации. Факторы, влияющие на восприятие информации. Закономерности восприятия и понимания информации. Объективные и субъективные факторы коммуникативной обстановки, психологические барьеры. Эффективность МК.

Тема 3. Социально-психологические особенности работы с аудиторией.

Социально-психологические характеристики аудитории. Типы аудитории, особенности восприятия в разных группах аудитории. Групповые нормы. Предрасположение аудитории: понятие социальной установки. Изменение социально-психологических характеристик в зависимости от воздействия СМИ. Виды мотивации при выборе ведущего СМИ.

Социально-психологические характеристики коммуникатора. Особенности межличностного восприятия в МК. Зависимость восприятия информации в зависимости от образа коммуникатора. Понятие имиджа. Создание имиджа коммуникатора.

Тема 4. Психологические основы потребительского поведения.

Понятие и представления о «потребительском поведении». Основные факторы, определяющие поведение потребителя. История изучения потребителя, предмет и объект психологии поведения потребителя. Понимание прав потребителей. Особенности и модель принятия решений потребителем. Осознание потребности и поиск, оценка вариантов перед покупкой. Покупка. Потребление, удовлетворение, освобождение. Обработка информации, обучение, влияние рекламы на отношение и поведение потребителя. Основные модели потребительского поведения: AIDA, ADIMA, ACCA, DAGMAR. Возможности маркетинговой коммуникации, воздействия рекламных обращений, модификация поведения потребителей.

Тема 5. Психологические аспекты влияния рекламы на потребителя.

Психология и физиология восприятия. Особенности восприятия в разные возрастные периоды. Конструктивное и деструктивное влияние рекламы на психику. Адаптационный эффект к рекламным воздействиям. Особенности восприятия времени при просмотре рекламных роликов. Архитепическое восприятие рекламного процесса. Формирование образа представления при просмотре рекламных роликов. Вариативность и инвариативность человеческого восприятия.

Психологическое основы анализ медиаповедения. Влияние СМИ на потребительские модели социума. Возрастные ограничения. Цели и средства, границы и возможности медио-влияния. Ключевые психологические эффекты при информационном воздействии на потребителя.

Тема 6. Психологические основы работы с ценностно-смысловой сферой потребителя.

Психологический анализ маркетинговых коммуникаций. Формирование мотивации и ценностно-смысловых представлений потребителя. Технологии анализа ценностно-смысловых представлений потребителей. Особенности психологической диагностики. Ресурсы потребителей, их знания, отношения, мотивация и само восприятие. Личность потребителя, ценности и стиль жизни.

Исследование стиля жизни потребителя. Влияние культуры на сферу потребления. Влияние этнической культуры на поведение потребителя. Социальные классы и статус человека. Персональное влияние. Влияние семьи и домашнего хозяйства. Влияние ситуации.

Тема 7. Психологический анализ поведения в социальных сетях.

Социальные сети как современный способ организации коммуникаций. Психолингвистические технологии анализа информационного ряда. Приемы визуализации объекта. Анализ организации коммуникативных индексов. Манипуляция и манипулятивное поведение в социальных сетях. Формы и виды манипулятивного воздействия. Формирование «Образа нужности» объекта. Типы поведения в социальных сетях. Психологические «маркеры» вызывающие агрессию, привлекающие/ отталкивающие клиентов.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 Психология массовых коммуникаций используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости (адаптируются в зависимости от ограниченных возможностей здоровья или в соответствии с индивидуальными особенностями)
Тема 1. Введение в психологию массовых коммуникаций	Контрольная работа
Тема 2. Средства и формы предоставления	Контрольная работа

информации. Психологический подход	
Тема 3. Социально-психологические особенности работы с аудиторией	Эссе
Тема 4. Психологические основы потребительского поведения	Контрольная работа
Тема 5. Психологические аспекты влияния рекламы на потребителя	Эссе
Тема 6. Психологические основы работы с ценностно-смысловой сферой потребителя	Контрольная работа
Тема 7. Психологический анализ поведения в социальных сетях	Контрольная работа

Типовые оценочные материалы по теме 1:
Типовые вопросы к контрольной работе

1. Сущность и место массовых коммуникаций в жизни общества?
2. Классификация массовых коммуникаций?
3. Базовые модели коммуникаций и условия их применения?
4. Типы и особенности сетей массовой коммуникации?

5. Критерии эффективности массовой коммуникации?

Типовые оценочные материалы по теме 2:
Типовые вопросы к контрольной работе

1. Особенности социально-психологических механизмов различных моделей коммуникации?
2. Понятие установки, интереса, стереотипа и психология их формирования в средствах массовой коммуникации?
3. Понятия и основные источники, этапы информационно-психологического воздействия
4. Психологические особенности символики и эмблематики в массовых коммуникациях?
5. Психологические особенности публичной коммуникации в различных аудиториях?

Типовые оценочные материалы по теме 3:
Примерные темы эссе:

1. Сущность вербальных и невербальных коммуникаций
2. Средства массовой информации как важнейшие средства коммуникации

3. Маркетинговые коммуникации
4. Рекламные коммуникации
5. Использование подсознательных мотивов в коммуникации

Типовые оценочные материалы по теме 4:
Типовые вопросы к контрольной работе

1. Особенности коммуникативных связей в конфликтных ситуациях?
2. Социально-психологические особенности процессов в лексических системах?
3. Основные языковые функции лингвистической лексики?

Типовые оценочные материалы по теме 5:
Примерные темы эссе:

1. Психологические аспекты восприятия рекламной информации потребителем
2. Психолингвистика в коммуникативном процессе
3. Развитие связей с общественностью в системе массовой коммуникации
4. Психологические факторы эффективной массовой коммуникации

Типовые оценочные материалы по теме 6:
Типовые вопросы к контрольной работе

1. Общественное мнение и общественное настроение.
2. Психологические средства формирования общественного мнения
3. Роль средств массовой коммуникации при формировании общественного мнения.
4. СМИ как «четвёртая власть»: социальные и психологические аспекты.
5. Соотношение факторов сознательного воздействия на общественное мнение и общественное настроение и стихийных воздействий.

Типовые оценочные материалы по теме 7:
Типовые вопросы к контрольной работе

1. Основные виды рекламы.
2. Методы психологического воздействия в рекламе.
3. Психологические механизмы различных видов рекламного воздействия.
4. Психологические особенности рекламы на различных информационных носителях.
5. Психологические предикторы эффективности рекламы.

4.2. Промежуточная аттестация
4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Формой промежуточной аттестации по учебному плану является зачет с оценкой. В качестве средства оценивания промежуточной аттестации используется устное

собеседование по зачетным вопросам (см. п.4.2.3).

4.2.2. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие массовая коммуникация, средства массовой коммуникации.
2. Характеристики процесса МК.
3. Социально- психологические функции СМК
4. Социальные функции СМК.
5. Проблемы, стоящие перед массовой коммуникацией.
6. Основные средства массовой коммуникацией.
7. История каналов средств массовой коммуникацией
8. Основные характеристики каналов (отдельных) средств массовой коммуникацией
9. Понятие интернет-аддикции.
10. Виды коммуникаторов.
11. Понятие имиджа.
12. Понятие цветокоррекция.
13. Основные виды информационного воздействия.
14. Убеждение и убедительность информации.
15. Типы аргументов.
16. Внушение и внушаемость.
17. Факторы, увеличивающие эффективность внушения.
18. Слухи, как способ массовой коммуникации.
19. Роль, виды, основные характеристики аудитории МК.
20. Основные факторы, определяющие поведение потребителя
21. Основные модели потребительского поведения: AIDA, ADIMA, ACCA, DAGMAR.
22. Адаптационный эффект к рекламным воздействиям.
23. Психологическое основы анализ медиаповедения.
24. Влияние этнической культуры на поведение потребителя.
25. Социальные сети как современный способ организации коммуникаций.

4.3. Методические материалы

Текущий контроль осуществляется с целью мониторинга актуальной ситуации подготовки студентов к этапу промежуточного контроля. Текущий контроль осуществляется в формах: контроля посещаемости, ответов на практических занятиях, выполнения практических заданий, контрольных работ и т.д.. Преподаватель отслеживает текущую ситуацию по указанным формам текущего контроля и выносит студентам рекомендации для улучшения качества подготовки к промежуточному контролю.

Промежуточный контроль по курсу осуществляется в форме зачета с оценкой устное собеседование п.4.2.3.

Шкала оценки эссе:

Критерии оценки	Балл
Объем эссе составляет 1-3 страницы 12 шрифтом через полтора интервала. Студент развернуто излагает основные тезисы изучаемых материалов. Приводит свою точку зрения. Соотносит ее с изученным на занятиях материалом.	5

Объем эссе составляет 1-3 страницы 12 шрифтом через полтора интервала. Студент развернуто излагает основные тезисы изучаемых материалов. Свою точку зрения не приводит.	3
Объем эссе составляет не более 1 страницы 12 шрифтом через полтора интервала. Студент приводит сжатые тезисы излагаемого на занятиях материала. Свою точку зрения не приводит.	1
Эссе не предоставлено. Или содержит неправильную (ошибочную) информацию, не подкрепленную научно-практическими данными.	0

Шкала оценки контрольной работы:

Критерии оценки	Балл
Студент ответил на три вопроса правильно. Ответ содержит развернутые тезисы по изучаемому материалу. Приводится собственное видение темы. Соотносится с изучаемым материалом. Студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией.	6
Студент написал развернутые ответы по двум вопросам. Ответ содержит развернутые тезисы по изучаемому материалу. Приводится собственное видение темы. Соотносится с изучаемым материалом. По этим вопросам студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. На третий вопрос студент дал только тезисный ответ по изучаемым материалом. Не приведен анализ материалов. Нет обоснования своей точки зрения или она вообще не приведена.	5
Студент написал развернутый ответ по одному на один вопрос. Ответ содержит развернутые тезисы по изучаемому материалу. Приводится собственное видение темы. Соотносится с изучаемым материалом. На второй и третий вопросы студент дал только тезисные ответы по изучаемым материалом. Не приведен анализ материалов. Нет обоснования своей точки зрения или она вообще не приведена.	4
Студент ответил на два вопроса правильно. Ответ содержит развернутые тезисы по изучаемому материалу. Приводится собственное видение темы. Соотносится с изучаемым материалом. По этим вопросам студент демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией.	3
Студент ответил на один вопрос правильно. Ответ содержит развернутые тезисы по изучаемому материалу. Приводится собственное видение темы. Соотносится с изучаемым материалом.	2
Студент не написал развернутого ответ ни по одному вопросу. Но на каждый из них написал тезисные ответы, которые содержат только материал, изложенный на занятиях. Не приведен анализ материалов. Нет обоснования своей точки зрения или она вообще не приведена.	1
Студент не ответил ни на один вопрос правильно	0

Шкала оценивания ответа на устном собеседовании

50-60 баллов выставляется студенту, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и

несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.

39-49 баллов выставляется студенту, если дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

10-28 баллов выставляется студенту, если дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.

1-9 баллов выставляется студенту, если дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

Интегральная шкала оценивания

Низкий «неудовлетворительно/незачет» - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками.

Пороговый (базовый)

«удовлетворительно/зачет» - компетенция освоена удовлетворительно, но достаточно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

Продвинутый «хорошо/зачет» - компетенция освоена достаточно хорошо. Студент знает теоретический материал по дисциплине, умеет применить эти знания на практике. Чётко и ясно формулирует свои мысли. Знает специальную и публицистическую литературу по профессиональным вопросам.

Высокий «отлично/зачет» - компетенция освоена в полной мере или на продвинутом уровне. Студент знает теоретический материал, умеет применить эти знания на практике и(или) имеет опыт в профессионально-практической деятельности. Приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности; демонстрирует способности к нестандартной интерпретации поставленного вопроса.

Интегральный критерий оценивания – сумма баллов за результаты работы в семестре, презентация итогового проекта по анализу данных, реферат и итоговое тестирование.

Максимальное количество баллов -100.

Оцениваемый компонент программы	**Максимальные баллы**
Эссе	10 (5+5)
Контрольные работы	30 (6+6+6+6+6)
Промежуточная аттестация	60

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельной работы студентов. Практические занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к аудиторным занятиям, поскольку они являются важнейшей формой организации учебного процессу:

- знакомят с новым учебным материалом;
- разъясняют учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизируют учебный материал;
- ориентируют в учебном процессе.

Подготовка к аудиторному занятию заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущего аудиторного занятия;
- узнайте тему предстоящего занятия (по тематическому плану);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите в аудитории.

Подготовка к зачету

Для успешной сдачи зачета необходимо, помимо пошагового освоения дисциплины в течении курса, представлять структуру дисциплины, ориентироваться в связях системы понятий дисциплины, проблемах и задачах соответствующей области знания. При подготовке к зачету студент должен не только повторить содержание курса, но и сопоставить свое представление о данной области с предлагаемой в процессе преподавания курса системой понятий и закономерностей.

Вид учебной работы	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их

	построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Контрольная работа	Данный вид работы направлен на оценку усвоения знаний по изучаемой дисциплине, а также умения их реплицировать на другие примеры. Контрольная работа выполняется с целью закрепления знаний, полученных студентом в ходе лекционных и практических занятий и приобретения навыков самостоятельного понимания и применения знаний по изучаемой дисциплине и навыков работы со специальной литературой. Написание контрольной работы призвано оперативно установить степень усвоения студентами учебного материала дисциплины и формирования соответствующих компетенций. Контрольная работа может включать знакомство с основной, дополнительной и нормативной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в теме и (или) составление аннотаций к прочитанным литературным источникам, решение конкретных практических задач. Содержание подготовленного студентом ответа на поставленные вопросы контрольной работы должно показать знание студентом теории вопроса и практического ее разрешения. Контрольная работа выполняется студентом, в срок установленный преподавателем в письменном виде. Перед написанием работы необходимо внимательно ознакомиться с содержанием вопросов (или задачи) по лекции, учебнику, изучить рекомендуемую литературу. Ответы на контрольные вопросы должны быть полными, обстоятельно изложены и в целом раскрывающими содержание вопроса.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3340-6. — Режим доступа : HYPERLINK https://biblio-online.ru/bcode/377062

2. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 282 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01025-1. — Режим доступа : HYPERLINK https://biblio-online.ru/bcode/399455

6.2. Дополнительная литература.

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Режим доступа : HYPERLINK https://biblio-online.ru/bcode/432039

2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для бакалавров / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 603 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3195-2. — Режим доступа : HYPERLINK https://biblio-online.ru/bcode/425831

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211).http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы.

«Федеральный закон об образовании в Российской Федерации» от 29.10.2012 №373-ФЗ;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата), утвержденный Министерством образования и науки Российской Федерации от 07.08.2014г. №946;

Самостоятельный образовательный стандарт высшего образования Академии по направлению подготовки 37.03.01 Психология, утвержденный и.о.ректора М.Н. Назаровым от 17.08.2016 г. № 01-4545

6.5. Интернет-ресурсы.

1. E-library.ru
2. Ebsco.com
3. Ozrp.narod.ru
4. Scopus.com
5. http://ipscience.thomsonreuters.com/product/web-of-science/

6.6. Иные источники.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Аудитории для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью доступа в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную образовательную среду Академии (http://lib.ranepa.ru/base/), в том числе, в электронные библиотечные системы.

Помещение для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью доступа в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную образовательную среду МВШСЭН (https://msses.ru/lib/), в том числе, в электронные библиотечные системы.

Информационные справочные системы и ресурсы:

КиберЛенинка- это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний: https://cyberleninka.ru/

Ozrp.narod.ru - открытая база научной и научно-исследовательской литературы, а также методических материалов по психологическим направлениям

http://psyresearchdigest.blogspot.ru/ - открытый блок о научных психологических исследованиях и исследованиях смежных областей

http://thinkcognitive.org/ru/#.XcLRrzMzY2w – проект выпускник СПбГУ, включающий ежегодные зимние конкурсы NEISSER, KAHNEMAN и MARVIN для студентов разных уровней, организацию и поддержку когнитивных мероприятий для студентов, распространение информации о новостях из мира когнитивной науки, интересных научных школах и конференциях, возможностях для обучения, публикации инструкций по анализу данных, представлению результатов, и, в целом, по выживанию в мире науки

Scopus- реферативная база, являющаяся указателем научного цитирования. Позволяет в краткие сроки получить самую полную библиографию по интересующей теме. Не содержит полных текстов статей

EBSCO- издания по психологии, экономике, бизнесу, менеджменту, социологии, политологии, информатике и др., всего более 14000 журналов; документы бизнес-аналитики, отчеты по рынкам и компаниям и др.

Dryad Digital Repository – открытая база данных, в которой желающие выкладывают сырые результаты исследований, опубликованных в международных журналах. Больше 30000 наборов данных (по состоянию на сентябрь 2015 года) из разных областей, в том числе и психологических.

Технические и программные средства обучения:

1. Ноутбук HP 250 G6 (Core i3-6006/4GB/120Gb/Win 10 Home)
LibreOffice. Лицензия GNU LGPL.
2. Ноутбук Asus X554L (Core i3-5005/4GB/500 Gb/Win 8.1)
LibreOffice. Лицензия GNU LGPL.

3. HP ProOne 400 All-in-One, Core i3-4160T, 4GB
ПО Win 8.1 Pro (Договор №93168 от 08 июня 2015).