

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И  
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

---

---

Институт государственной службы и управления  
Кафедра Общественных связей и медиаполитики

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой общественных связей и  
медиаполитики

Протокол от «27» июня 2017 г. № 11

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ОД.7 «ПСИХОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»**

**ПМК**

**38.04.04.- Государственное и муниципальное управление**  
***(код и наименование направления подготовки (специальности))***

**«Общественные связи и медиаполитика»**  
***направленность (профиль/специализация)***

Магистр  
квалификация

Очная, очно-заочная, заочная  
Форма обучения

Год набора - 2017

Москва, 2017г.

**Автор–составитель:**

Кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Комарова Л.В.

**Заведующий кафедрой:**

И.О. заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики, доктор социологических наук, профессор Шарков Ф.И.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	14
6.1. Основная литература .....	15
6.2. Дополнительная литература.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. <b>Ошибка! Закладка не определена.</b>	
6.4. Нормативные правовые документы .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
6.5. Интернет-ресурсы .....	16
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

**1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Психология массовой коммуникации»  
обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	способность понимать производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в обществе, формировать эффективные общественные связи и отношения между различными коммуникантами и оказывать медиавоздействие на целевую аудиторию	ДПК-1.2	Способность использовать положения психологии массовой коммуникации при формировании эффективных общественных связей и отношений между различными коммуникантами;

**1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:**

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
- реализовывать механизмы общественных связей и медиаполитики и вырабатывать соответствующие управленческие решения;	ДПК-1.2	на уровне знаний: знает основы социальной психологии и психологии массовых коммуникаций
		на уровне умений: понимает роль психологической составляющей при формировании системы общественных связей организации
		на уровне навыков: умеет выстраивать систему общественных связей с учетом психологической составляющей

**2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО**

**Объем дисциплины**

Общая трудоемкость Б1.В.ОД.7 «Психология массовой коммуникации» составляет 2 зачетные единицы, 108 часов. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 36 часов: 10 лекции, 26 часов практические занятия по очной форме обучения; 16 часов: лекции- 8 часов, практические

занятия – 8 часов для очно-заочной формы обучения и 12 часов : лекции 4 часа, практические занятия 8 часов для заочной формы обучения. Самостоятельная работа составляет 72 часа для очной, 92 часа для очно-заочной и 92 часа для заочной формы обучения..

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ОД.7 «Психология массовой коммуникации» предусмотрена в 3 семестре для очно-заочной и заочной форм обучения.

Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Психология массовой коммуникации» входит в блок вариативных дисциплин..

В содержательном плане дисциплина опирается на освоение обучающимися Б1.В.ОД.3 Современные теории коммуникации (1 семестр для всех форм обучения).

Достижение планируемых результатов обучения служит основой для Б1.В.ДВ.7.1 Коммуникационный консалтинг (4 семестр для очно-заочной и заочной форм обучения), Б1.В.ДВ.7.2 Управленческое консультирование (4 семестр для очно-заочной и заочной форм обучения).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет.

### 3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						СР	Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			

#### *Очная форма обучения*

1	Массовая коммуникация как социальное явление	18	2		4		12	О
2	Психологические особенности массовой коммуникации	18	2		4		12	О
3	Аудитория массовой коммуникации	18	2		4		12	О
4	Массовые явления в коммуникации: психология масс	18	2		4		12	О
5	Эффективность массовой коммуникации	18			6		12	О
6	Общественное мнение и массовые коммуникации	18	2		4		12	О
Промежуточная аттестация								Зачет
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>10</b>		<b>26</b>		<b>72</b>	

#### *Очно-заочная форма обучения*

1	Массовая	18	2		2		14	О
---	----------	----	---	--	---	--	----	---

	коммуникация как социальное явление							
2	Психологические особенности массовой коммуникации	18	2		2		14	О
3	Аудитория массовой коммуникации	18	2				16	О
4	Массовые явления в коммуникации: психология масс.	18			2		16	О
5	Эффективность массовой коммуникации	18			2		16	О
6	Общественное мнение и массовые коммуникации	18	2				16	О
Промежуточная аттестация								Зачет
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>8</b>		<b>8</b>		<b>92</b>	

#### *Заочная форма обучения*

1	Массовая коммуникация как социальное явление	16	2				14	О
2	Психологические особенности массовой коммуникации	20	2		2		16	О
3	Аудитория массовой коммуникации	20					20	О
4	Массовые явления в коммуникации: психология масс.	16			2		14	О
5	Эффективность массовой коммуникации	18			2		16	О
6	Общественное мнение и массовые коммуникации	14			2		12	О
Промежуточная аттестация		4						Зачет
<b>Всего:</b>		<b>108</b>	<b>4</b>		<b>8</b>		<b>92</b>	

\*Формы текущего контроля: опрос (О), диспут (Д), домашнее задание (ДЗ), тестирование (Т), семинар (С), рубежный контроль (РК) и др.

#### **Содержание дисциплины**

**Тема 1. Массовая коммуникация как социальное явление.** Массовая коммуникация как разновидность общения. Понятие массовой коммуникации и массовой информации. Специфика и структура массовой коммуникации. Каналы коммуникации. Условия

возникновения и функционирования массовой коммуникации. Роль и функции массовой коммуникации в обществе. Теории и история изучения массовой коммуникации. Модели массовой коммуникации.

**Тема 2. Психологические особенности массовой коммуникации.** Психологические исследования массовой коммуникации. Психографика. Психологические аспекты изучения аудитории. Информационное сообщение и средства его передачи. Социально-психологические особенности каналов массовой коммуникации. Внимание, восприятие и понимание информации. Этапы и закономерности восприятия массовой информации. Эмоции в массовой коммуникации – роль и функции.

**Тема 3. Аудитория массовой коммуникации.** Психологические особенности аудитории массовой коммуникации. Социальные группы и целевые аудитории. Методы изучения аудитории массовой коммуникации. Социально-психологические особенности аудитории телевидения, радио, печати, Интернет.

**Тема 4. Массовые явления в коммуникации: психология масс.** Коллективное бессознательное. Архетипы. Мифы. Эмоции и чувства в массовой коммуникации. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации. Психология толпы (виды, структура, особенности.) Психология паники. Паника как психосоциальная эпидемия. Альтернативные коммуникации: популярные концерты, театральные представления, карнавалы.

**Тема 5. Эффективность массовой коммуникации.** Понятие эффективности массовой коммуникации. Оценка и прогнозирование эффективности массовой коммуникации. Фильтры и барьеры восприятия информации. Ожидания и предрасположенность аудитории. Установки и стереотипы. Убеждение и внушение. Психологические модели убеждающей коммуникации.

**Тема 6. Общественное мнение и массовые коммуникации.** Понятие общественного мнения и массового поведения. Идеология и менталитет. Слухи и сплетни, их виды. Информационные кампании и войны.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

##### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

**4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.7 «Психология массовой коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

Тема и/или раздел		Методы текущего контроля успеваемости
Тема 1.	. Массовая коммуникация как социальное явление.	опрос

Тема 2.	Психологические особенности массовой коммуникации.	опрос
Тема 3.	Аудитория массовой коммуникации.	опрос
Тема 4.	Массовые явления в коммуникации: психология масс.	опрос
Тема 5.	Эффективность массовой коммуникации.	опрос
Тема 6.	Общественное мнение и массовые коммуникации.	опрос

**4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.**

#### **4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.**

Преподаватель оценивает уровень подготовленности обучающихся к занятию по следующим показателям:

- устные ответы на вопросы преподавателя по теме занятия,
- выступление с докладами по вопросам к опросам,
- участие в обсуждении докладов.

Критерии оценивания доклада:

- степень усвоения понятий и категорий по теме;
- умение работать с документальными и литературными источниками;
- грамотность изложения материала;
- самостоятельность работы, наличие собственной обоснованной позиции.

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы 70% из 100% (70 баллов из 100) - вклад по результатам посещаемости занятий, активности на занятиях, выступления с докладами, участия в обсуждениях докладов других обучающихся, ответов на вопросы преподавателя в ходе занятия.

Детализация баллов и критерии оценки текущего контроля успеваемости утверждается на заседании кафедры.

*Вопросы темы для подготовки к опросам (темы докладов):*

Тема 1. Массовая коммуникация как социальное явление.

1. Понятие массовой коммуникации и массовой информации.
2. Специфика и структура массовой коммуникации.
3. Каналы коммуникации.
4. Роль и функции массовой коммуникации в обществе.
5. Модели массовой коммуникации.

Тема 2. Психологические особенности массовой коммуникации.

1. Социально-психологические особенности каналов массовой коммуникации.
2. Внимание, восприятие и понимание информации.
3. Этапы и закономерности восприятия массовой информации.
4. Эмоции в массовой коммуникации – роль и функции

Тема 3. Аудитория массовой коммуникации.

1. Психологические особенности аудитории массовой коммуникации.
2. Социальные группы и целевые аудитории.
3. Методы изучения аудитории массовой коммуникации.
4. Социально-психологические особенности аудитории телевидения, радио, печати, Интернет.



Тема 4. Массовые явления в коммуникации: психология масс.

1. Коллективное бессознательное. Архетипы. Мифы.
2. Эмоции и чувства в массовой коммуникации.
3. Психология толпы (виды, структура, особенности.)
4. Психология паники. Паника как психосоциальная эпидемия.
5. Альтернативные коммуникации: популярные концерты, театральные представления, карнавалы, шествия, фестивали, ярмарки.

Тема 5. Эффективность массовой коммуникации.

1. Понятие эффективности массовой коммуникации. Оценка и прогнозирование эффективности массовой коммуникации.
2. Фильтры и барьеры восприятия информации.
3. Ожидания и предрасположенность аудитории.
4. Установки и стереотипы.
5. Убеждение и внушение. Психологические модели убеждающей коммуникации.

Тема 6. Общественное мнение и массовые коммуникации.

1. Понятие общественного мнения и массового поведения.
2. Идеология и менталитет.
3. Слухи и сплетни, их виды.
4. Информационные кампании и войны.

Примерные темы контрольной работы (форма – реферат)

1. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования
2. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа
3. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств
4. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы
5. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием
6. Теории медиаэффектов
7. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием
8. Теории медиаэффектов
9. Психология творчества в коммуникационном процессе
10. Убеждения. Психологические модели убеждающего воздействия
11. СМИ как "четвертая власть": психологические и социально-психологические аспекты
12. Психологическое изучение пропаганды
13. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы

#### **4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.**

**4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ДПК-1	способность понимать	ДПК-1.2	Способность использовать

	производственные и технические возможности информационно-коммуникационной деятельности в обществе, формировать эффективные общественные связи и отношения между различными коммуникантами и оказывать медиавоздействие на целевую аудиторию		положения психологии массовой коммуникации при формировании эффективных общественных связей и отношений между различными коммуникантами;
--	---	--	--

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
<b>2 этап (ДПК-1.2) –</b> Способность использовать положения психологии массовой коммуникации при формировании эффективных общественных связей и отношений между различными коммуникантами.	Знать основы социальной психологии и психологии массовых коммуникаций Понимать роль психологической составляющей при формировании системы общественных связей организации Уметь выстраивать систему общественных связей с учетом психологической составляющей	Знает основы социальной психологии и психологии массовых коммуникаций Понимает роль психологической составляющей при формировании системы общественных связей организации Умеет выстраивать систему общественных связей с учетом психологической составляющей

#### 4.3.2 Типовые оценочные средства

##### Вопросы к зачету

1. Массовая культура: понятие, признаки, функции.
2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования
3. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа
4. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации
5. Коммуникатор: психологические аспекты изучения
6. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации
7. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств
8. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы
9. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации
10. Нормальные и аномальные психические состояния в массовой коммуникации
11. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации

12. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием
  13. Теории медиаэффектов
  14. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне
  15. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне
  16. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления
  17. Убеждения. Психологические модели убеждающего воздействия
  18. СМИ как "четвертая власть": психологические и социально-психологические аспекты
  19. Психологическое изучение пропаганды
  20. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы
  21. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды
  22. Манипулирование: природа, формы и механизмы
- Основные манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций.
23. Роль СМИ в пропаганде и агитации
  24. Коммуникативная эффективность рекламы. Критерии эффективности рекламы
  25. Слух как СМИ. Природа и разновидности слухов
  26. Факторы циркуляции слухов. Борьба со слухами
  27. Каналы распространения слухов. Роль СМИ в распространении слухов
  28. Мода как социально-психологический феномен
  29. История изучения моды и ее социокультурных и социопсихологических функций
  30. Психология творчества в коммуникационном процессе
  31. Творческие способности и творческое мышление
  32. Механизмы творчества. Методы активизации творческого мышления
  33. Психологические особенности научного творчества
  34. Психология творчества в ПР-деятельности
  35. Креативная психология в рекламном деле
  36. Психология имиджмейкера
  37. Психология творчества журналиста

### **Шкала оценивания.**

Оценка знаний, умений, навыков проводится на основе балльно-рейтинговой системы: 30% из 100% (или 30 баллов из 100) - вклад в итоговую оценку по результатам промежуточной аттестации.

При оценивании ответа обучающегося в ходе промежуточной аттестации можно опираться на следующие критерии:

Баллы	Критерий оценки
26-30	Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной, периодической и монографической литературы, законодательства и практики его применения, раскрывает не только основные понятия, но и анализирует их с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки законодательно-нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
16-25	Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, законодательства и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает нормативно-законодательную и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки

	принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы не вызывают существенных затруднений.
6-15	Обучающийся показывает достаточные знания материалов занятий, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные членами комиссии вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.
0-5	Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, законодательства и практики его применения, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

Шкала перевода из многобалльной системы в традиционную:

- обучающемуся выставляется оценка «неудовлетворительно» если обучающийся набрал менее 50 баллов,
- оценка «удовлетворительно» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 50 до 65 баллов;
- оценка «хорошо» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 66 до 75 баллов;
- оценка «отлично» выставляется при условии, если обучающийся набрал от 76 до 100 баллов.

100 баллов выставляется при условии выполнения всех требований, а также при обязательном проявлении творческого отношения к предмету, умении находить оригинальные, не содержащиеся в учебниках ответы, умении работать с источниками, которые содержатся дополнительной литературе к курсу, умении соединять знания, полученные в данном курсе со знаниями других дисциплин.

#### 4.4. Методические материалы

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа: правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

#### 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

*Методические указания по самостоятельной подготовки к занятиям лекционного, практического (семинарского) типа:*

Подготовка к занятиям должна носить систематический характер. Это позволит обучающемуся в полном объеме выполнить все требования преподавателя. Обучающимся рекомендуется изучать как основную, так и дополнительную литературу, а также знакомиться с Интернет-источниками (список приведен в рабочей программе по дисциплине).

Вопросы для самостоятельной подготовки (самопроверки):

1. Массовая культура: понятие, признаки, функции.
2. Массовое сознание: природа, структура, механизмы функционирования.
3. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
4. Особенности протекания психических процессов в массовой коммуникации.
5. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
6. Психологические механизмы восприятия содержания в массовой коммуникации.
7. Особенности воздействия различных СМИ как следствие различия их выразительных средств.
8. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
9. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.
10. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.
11. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием.
12. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне.
13. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне.
14. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления.
15. Убеждения. Психологические модели убеждающего воздействия.
16. Психологическое изучение пропаганды
17. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы
18. Манипулирование: природа, формы и механизмы.
19. Основные манипулятивные технологии в системе массовых коммуникаций.
20. Роль СМИ в пропаганде и агитации
21. Коммуникативная эффективность рекламы. Критерии эффективности рекламы.
22. Слух как СМИ. Природа и разновидности слухов.
23. Факторы циркуляции слухов. Борьба со слухами.
24. Каналы распространения слухов. Роль СМИ в распространении слухов.

*Методические указания по подготовке докладов:*

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-ресурсов.

Обучающийся готовит доклад в форме устного сообщения по теме дисциплины.

Предлагается следующая структура доклада:

1. Введение:
  - указывается тема и цель доклада;
  - обозначается проблемное поле, тематические разделы доклада.
2. Основное содержание доклада:
  - последовательно раскрываются тематические разделы доклада.
3. Заключение:
  - приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

*Методические указания по написанию контрольной работы:*

Контрольная работа - это содержательное, самостоятельное, выполненное под руководством преподавателя поисковое исследование. Она является важной составляющей в овладении методологии и методики функционально-стоимостного анализа системы и технологии управления персоналом.

Целью подготовки контрольной работы является оценка уровня овладения обучающимся теоретико-методологическими основами дисциплины, выявление степени умения излагать концептуальное видение проблемы. Задачи, которые ставятся при подготовке контрольной работы, включают:

- изучение литературы, справочных и научных источников, включая зарубежные, по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме, выдвигающихся отечественными и зарубежными специалистами;
- уточнение основных понятий, определение объекта и предмета исследования;
- резюмирование предварительно полученных выводов в целях дальнейшей их разработки в дипломной работе.

Обучающийся уточняет круг вопросов, подлежащих изучению и экспериментальной проверке в форме прикладного исследования; составляет план исследования; определяет структуру работы, форму прикладного исследования, сроки выполнения работы по этапам; определяет необходимую литературу и другие материалы, в т. ч. статистические источники, и т. п.

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- Во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, которые ставит перед собой студент, методы достижения поставленных цели и задач, обзор библиографии по теме работы.
- Основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы. Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы контрольной работы. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи. Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.
- В заключении должно быть указано: основные выводы, сделанные в результате исследования.
- Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст контрольной работы должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем контрольной работы должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

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

## **6.1. Основная литература**

1. Виноградова С.Н. Психология массовой коммуникации. Учебник. – М., 2014
2. Золотарева Л.Г. Психология массовой коммуникации. М., 2012.
3. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию исследования. - М., 2014
4. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации. Учебник. - М., 2013
5. Харитонов М.В. Психология современных массовых коммуникаций . СПб: 2010.
6. Человек как субъект и объект медиапсихологии. -М., 2011
7. Шарков Ф.И. Коммуникология: социология массовой коммуникации. Учебное пособие. – М., 2013.

## **6.2 Дополнительная литература**

1. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. - М.: "Алгоритм", 2000
2. Новиков К.Ю. Психология массовой коммуникации: Механизмы, практика, Ошибки. М.: Высш.шк, 2007.
3. Почепцов Г.Г. Психологические войны. - Москва - Киев: «Рефл-бук», 2000
4. Саенко Ю.В. Психология управления массовыми коммуникациями D Учебное пособие. Таганрог, 2008

## **6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

1. Агапов, В.С. Социально-психологические детерминанты креативной компетентности студентов : монография / Агапов, Валерий Сергеевич, Давлетова, Рада Уеловна. - М. : Макеев Игорь Вячеславович, 2016. - 163 с.
2. Модель позиционного обучения студентов [Электронный ресурс]: теоретические основы и методические рекомендации/ И.Б. Шиян [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский городской педагогический университет, 2012.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/27375.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Образовательные инновации и практики карьеры: сборник методических материалов и статей / РАНХиГС при Президенте РФ. - М. : Дело, 2015. - 192 с.
4. Психология адаптации и социальная среда. Современные подходы, проблемы, перспективы [Электронный ресурс]/ Л.Г. Дикая [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Пер Сэ, 2007.— 624 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/7431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Социально-психологические аспекты формирования культуры самообучающейся организации / А. Я. Николаев [и др.] // Вопросы психологии. - 2014. - № 6. - С. 44-52.

## **6.4. Нормативные правовые документы.**

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрание законодательства РФ. 2014, № 31, ст. 4398.

## **6.5. Справочные системы (если есть, то и информационные технологии, программное обеспечение)**

1. [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru) / - Российская национальная библиотека
2. [www.nns.ru](http://www.nns.ru) / -Национальная электронная библиотека

3. [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) / - Российская государственная библиотека
4. [www.biznes-karta.ru](http://www.biznes-karta.ru) / -Агентство деловой информации «Бизнес-карта»
5. [www.rbs.ru](http://www.rbs.ru) / - Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг»
6. [www.aport.ru](http://www.aport.ru) / - Поисковая система
7. [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) / - Поисковая система
8. [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) / - Поисковая система
9. [www.businesslearning.ru](http://www.businesslearning.ru) / - Система дистанционного бизнес образования
10. [www.test.specialist.ru](http://www.test.specialist.ru) / - Центр компьютерного обучения МГТУ им. Н. Э. Баумана

## **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: [www.nns.ru](http://www.nns.ru); Российская государственная библиотека. URL: [www.rsl.ru](http://www.rsl.ru); Российская национальная библиотека. URL: [www.nnir.ru](http://www.nnir.ru); Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.