

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭУТ
Заведующий кафедрой ЭУТ



Н.П. Терешина

16 сентября 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.

Кафедра «Психология, социология, государственное и муниципальное управление»

Автор Дан-Чин-Ю Елена Юрьевна, к.пол.н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Социально-психологические аспекты массовой коммуникации

Направление подготовки:	<u>42.03.01 – Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль:	<u>Реклама и связи с общественностью в отрасли</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2020</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p>Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">М.Ю. Быков</p>
--	---

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 9925
Подписал: Заведующий кафедрой Быков Михаил Юрьевич
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения курса «Социально-психологические аспекты массовой коммуникации» является освоение студентами основных теоретических представлений о функционировании массовой коммуникации в обществе, а также психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации

Задачи курса:

- изучить основные представления о функционировании массовой коммуникации в условиях развития современного общества;
- ознакомить будущих специалистов по связям с общественностью со структурой и принципами организации информационной индустрии как социального института современного общества;
- дать знание особенностей реализации различных видов коммуникации (политической, коммерческой, социальной) в условиях функционирования и развития современного общества;
- ознакомить студентов с основными социологическими методами, с помощью которых можно получить информацию о качественных и количественных характеристиках основных звеньев коммуникативной цепи;
- дать общее понятие о психологических особенностях протекания процессов массовой коммуникации.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Социально-психологические аспекты массовой коммуникации" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Введение в специальность:

Знания: Основных событий в Российской и мировой истории, владение понятийным аппаратом курса и представление о методах, применяемых в исторических исследованиях

Умения: Описать и охарактеризовать наиболее важные в истории народов события, которые повлияли на культурное развитие этих народов, стали предпосылкой создания выдающихся достижений в их культуре

Навыки: Элементарные способности обобщения и интерпретации фактологического материала курса

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Управление рекламно-информационной деятельностью

2.2.2. Форсайт на транспорте

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли	ПКС-1.1 Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия. ПКС-1.2 Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли. ПКС-1.3 Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса. ПКС-1.4 Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

3 зачетные единицы (108 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	48	48,15
Аудиторные занятия (всего):	48	48
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	60	60
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	108	108
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	3.0	3.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗЧ	ЗЧ

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации	6		12		16	34	
2	5	Тема 1.1 Предмет и объект социологии массовой коммуникации: социология массовых коммуникаций и ее место в системе социологии, предмет и объект социологии массовых коммуникаций, методы и функции социологии массовых коммуникаций.	4		6		8	18	
3	5	Тема 1.2 Массовая коммуникация как предмет социологического анализа: массовая коммуникация как социальный институт, основные этапы становления и развития западной социологии массовой коммуникации, отечественный опыт исследования массовой коммуникации.	2		6		8	16	
4	5	Раздел 2 Эффективность массовой коммуникации	6		12		26	44	
5	5	Тема 2.1 Функциональный аспект массовой коммуникации	2		4		8	14	ПК1, ТК-1 тест
6	5	Тема 2.2 Механизмы	2		4		10	16	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		взаимодействия аудитории с информацией СМИ							
7	5	Тема 2.3 Институциональный аспект массовой коммуникации	2		4		8	14	ПК2, ТК-2 тест
8	5	Раздел 3 Общие понятия психологии массовой коммуникации	4		8		18	30	
9	5	Тема 3.1 Психологический аспект массовой коммуникации	2		5		9	16	
10	5	Тема 3.2 Личность и творчество в процессе коммуникации	2		3		9	14	
11	5	Раздел 4 зачет						0	ЗЧ
12		Всего:	16		32		60	108	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Введение в социологию массовой коммуникации Тема: Предмет и объект социологии массовой коммуникации: социология массовых коммуникаций и ее место в системе социологии, предмет и объект социологии массовых коммуникаций, методы и функции социологии массовых коммуникаций.	Предмет и объект социологии массовой коммуникации Социология массовых коммуникаций и ее место в системе социологии Предмет и объект социологии массовых коммуникаций, Методы и функции социологии массовых коммуникаций.	6
2	5	РАЗДЕЛ 1 Введение в социологию массовой коммуникации Тема: Массовая коммуникация как предмет социологического анализа: массовая коммуникация как социальный институт, основные этапы становления и развития западной социологии массовой коммуникации, отечественный опыт исследования массовой коммуникации.	Массовая коммуникация как предмет социологического анализа Массовая коммуникация как социальный институт. Основные этапы становления и развития западной социологии массовой коммуникации. Отечественный опыт исследования массовой коммуникации.	6
3	5	РАЗДЕЛ 2 Эффективность массовой коммуникации Тема: Функциональный аспект массовой коммуникации	Функциональный аспект массовой коммуникации Массовая коммуникация как функциональная система. Формы и методы массово-коммуникативного воздействия на аудиторию в процессе функционирования массовой коммуникации. Реклама в системе массовой коммуникации. Связи с общественностью в системе массовой коммуникации.	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
4	5	РАЗДЕЛ 2 Эффективность массовой коммуникации Тема: Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ	Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ Эффекты массовой коммуникации. Факторы, влияющие на эффективность восприятия информации, манипуляторный потенциал СМИ.	4
5	5	РАЗДЕЛ 2 Эффективность массовой коммуникации Тема: Институциональный аспект массовой коммуникации	Институциональный аспект массовой коммуникации Массовая коммуникация как социальный институт. Печать в системе массовой коммуникации. Радио в системе массовой коммуникации. Телевидение в системе массовой коммуникации.	4
6	5	РАЗДЕЛ 3 Общие понятия психологии массовой коммуникации Тема: Психологический аспект массовой коммуникации	Психологический аспект массовой коммуникации Массовая коммуникация как явление социальной психологии. Понятие сообщения в массовой коммуникации. Особенности различных видов средств массовой информации. Аудитория массовой коммуникации.	5
7	5	РАЗДЕЛ 3 Общие понятия психологии массовой коммуникации Тема: Личность и творчество в процессе коммуникации	Личность и творчество в процессе коммуникации Структура личности как база восприятия информации. Психологическая основа стереотипа и установки. Имидж и его конструирование. Основные психические процессы в массовой коммуникации. Психология творчества в массовой коммуникации.	3
ВСЕГО:				32/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках дисциплины «Социально психологические аспекты массовой коммуникации» используются традиционные формы лекций и практических занятий. Образовательные технологии применяются по следующим основаниям классификации: по организационным формам: классно-урочные, по подходу к обучаемому: технологии сотрудничества, по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративные, творческие, игровые.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Часть практического курса выполняется в виде традиционных практических занятий (устный опрос, тестирование).

К интерактивным технологиям относятся такие формы, как заслушивание докладов с презентацией и дальнейшее их обсуждение, написание программы социологического исследования массово-коммуникативной деятельности.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии, рейтинговых шкалах оценки усвоения. Фонды оценочных средств, освоенных компетенций включают вопросы теоретического характера для оценки полученных знаний и задания практического содержания для оценки сформированных умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных и интерактивных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям. К интерактивным технологиям относятся подготовка к промежуточному контролю, устным опросам и докладам с использованием презентаций, написанию программы социологического исследования массово-коммуникативной деятельности.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Введение в социологию массовой коммуникации Тема 1: Предмет и объект социологии массовой коммуникации: социология массовых коммуникаций и ее место в системе социологии, предмет и объект социологии массовых коммуникаций, методы и функции социологии массовых коммуникаций.	Предмет и объект социологии массовой коммуникации 1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям. 2. Подготовка докладов и презентаций к семинару. 3. Составление словаря категорий. 4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1]. 5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.	8
2	5	РАЗДЕЛ 1 Введение в социологию массовой коммуникации Тема 2: Массовая коммуникация как предмет социологического анализа: массовая коммуникация как социальный институт, основные этапы становления и развития западной социологии массовой коммуникации, отечественный опыт исследования массовой коммуникации.	Массовая коммуникация как предмет социологического анализа 1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям. 2. Подготовка докладов и презентаций к семинару. 3. Составление словаря категорий. 4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1]. 5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.	8
3	5	РАЗДЕЛ 2 Эффективность массовой коммуникации Тема 1: Функциональный аспект массовой коммуникации	Функциональный аспект массовой коммуникации 1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям. 2. Подготовка докладов и презентаций к семинару. 3. Составление словаря категорий. 4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2]. 5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.	8
4	5	РАЗДЕЛ 2 Эффективность массовой коммуникации	Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ 1. Подготовка к практическим занятиям по	10

		Тема 2: Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ	<p>конспектам лекций и методическим рекомендациям.</p> <p>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.</p> <p>3. Составление словаря категорий.</p> <p>4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2].</p> <p>5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.</p>	
5	5	<p>РАЗДЕЛ 2</p> <p>Эффективность массовой коммуникации</p> <p>Тема 3:</p> <p>Институциональный аспект массовой коммуникации</p>	<p>Институциональный аспект массовой коммуникации</p> <p>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.</p> <p>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.</p> <p>3. Составление словаря категорий.</p> <p>4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1].</p> <p>5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.</p>	8
6	5	<p>РАЗДЕЛ 3</p> <p>Общие понятия психологии массовой коммуникации</p> <p>Тема 1:</p> <p>Психологический аспект массовой коммуникации</p>	<p>Психологический аспект массовой коммуникации</p> <p>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.</p> <p>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.</p> <p>3. Составление словаря категорий.</p> <p>4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [2].</p> <p>5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.</p>	9
7	5	<p>РАЗДЕЛ 3</p> <p>Общие понятия психологии массовой коммуникации</p> <p>Тема 2: Личность и творчество в процессе коммуникации</p>	<p>Личность и творчество в процессе коммуникации</p> <p>1. Подготовка к практическим занятиям по конспектам лекций и методическим рекомендациям.</p> <p>2. Подготовка докладов и презентаций к семинару.</p> <p>3. Составление словаря категорий.</p> <p>4. Изучение учебной литературы из перечня основной литературы: [1,2].</p> <p>5. Подбор и изучение дополнительной литературы по теме.</p>	9
ВСЕГО:				60

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата	Адамьянц, Т. З.	Москва : Издательство Юрайт, — 200 с. — (Бакалавр. Академический курс). , 2019 ISBN 978-5-534-06898-6. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: https://biblio-online.ru/bcode/442012	Все разделы
2	Психология массовой коммуникации: учебник для бакалавров	Виноградова С.М., Мельник Г. С.	Москва : Издательство Юрайт, — 512 с. , 2019 ISBN 978-5-9916-3446-5. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: https://biblio-online.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-425883	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров	С. М. Виноградова, Г. С. Мельник	Москва : Издательство Юрайт, 2020 ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425883 (дата обращения: 10.07.2020).	Все разделы
4	Основы теории коммуникации : учебник и практикум для вузов	Т. Д. Венедиктова [и др.] ; под редакцией Т. Д. Венедиктовой, Д. Б. Гудкова	Москва : Издательство Юрайт., 2020 ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450965 (дата обращения: 10.07.2020).	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)

<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))

<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Практические занятия - метод обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.

Практические занятия представляют собой занятия по решению различных прикладных задач, образцы которых были даны на лекциях. В итоге у каждого обучающегося должен быть выработан определенный профессиональный подход к решению каждой задачи.

Практическое занятие должно опираться на известный теоретический материал, который изложен в лекции.

Практическое занятие должно быть нацеленным на формирование определенных умений и закрепления полученных навыков, поэтому цель занятия должна быть заранее известна и понятна преподавателю и обучающимся. Лучше иметь сформулированные в письменном виде цель, задачи, содержание и последовательность занятия, ожидаемый результат.

Примерные задачи практических занятий:

- помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера;
- научить студентов приемам решения практических задач, способствовать овладению навыками и умениями выполнения заданий;
- научить их работать с различными источниками информации: книгами, нормативно-правовой документацией, стандартами, справочной и научной литературой, ресурсами Интернет;
- формировать умение учиться самостоятельно, т.е. овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Содержание практических занятий и методика их проведения должны обеспечивать развитие творческой активности личности. Они развивают научное мышление и речь обучающихся, позволяют проверить их знания, выступают важным средством оперативной обратной связи. Поэтому практические занятия должны выполнять не только познавательную и воспитательную функции, но и способствовать росту их креативности.

К практическому занятию, как и к другим методам обучения, предъявляются требования научности, доступности, единства формы и содержания, органической связи с другими видами учебных занятий и практикой.

Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к экзамену. Фонд оценочных средств обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит в качестве приложения в состав рабочей программы дисциплины.

Оценочные средства по учебной дисциплине «Введение в специальность»:

-устный опрос

- заслушивание докладов с презентацией и обсуждение;

- написание программы социологического исследования массово-коммуникативной деятельности;

- тестирование;

- зачет;

- экзамен.

Устный опрос

Устные опросы проводятся во время практических занятий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Заслушивание докладов с использованием презентации

В качестве основной формы проведения практических занятий по учебной дисциплине «Основы связей с общественностью» рекомендуется заслушивание и обсуждение докладов, предварительно подготовленных студентами (как индивидуально, так и коллективно) в ходе самостоятельной работы с использованием презентаций. В качестве темы доклада может быть выбран вопрос к соответствующей теме практического занятия. Особое внимание при подготовке презентации необходимо уделить тому, что центром внимания во время презентации должен стать сам докладчик и его речь. Компьютерная презентация - мультимедийный инструмент, используемый в ходе докладов или сообщений для повышения выразительности выступления, более убедительной и наглядной иллюстрации описываемых фактов и явлений. Компьютерная презентация создается в программе Microsoft Power Point.

Если весь процесс работы над презентацией выстроить хронологически, то начинается он с четко разработанного плана, далее переходит на стадию отбора содержания и создания презентации, затем наступает заключительный, но самый важный этап – непосредственное публичное выступление.

Студенту, опираясь на план выступления, указанный выше, необходимо определить главные идеи, выводы, которые следует донести до слушателей, и на основании них составить компьютерную презентацию. Дополнительная информация, если таковая имеет место быть, должна быть размещена в раздаточном материале или просто озвучена, но не включена в компьютерную презентацию.

После подборки информации студенту следует систематизировать материал по блокам, которые будут состоять из собственно текста, а также схем, графиков, таблиц, фотографий и т.д.

Элементами, дополняющими содержание презентации, являются иллюстративный ряд, звуковой ряд, анимационный ряд, цветовая гамма, шрифтовой ряд, специальные эффекты. Правило хорошей визуализации информации заключается в тезисе: "Схема, рисунок,

график, таблица, текст.

Правила организации материала в презентации:

- Главную информацию — в начало.
- Тезис слайда — в заголовок.
- Анимация — метод передачи информации, с помощью которого можно привлечь и удержать внимание слушателей.

Традиционно, компьютерная презентация должна состоять не более чем из 10-15 слайдов. Продолжительность доклада – 10-15 минут. После доклада рекомендуется предоставить возможность студентам задать вопросы докладчику, а при необходимости – внести свои добавления и уточнения, ответить на возникшие у аудитории вопросы. После этого следует провести разбор доклада и презентации и дать оценку докладчику (докладчикам), исходя из следующих критериев:

I. Оценка структуры доклада:

- наличие поставленной проблемы;
- логичность изложения;
- наличие необходимых структурных частей (вступление, основная часть, заключение) и их полнота;
- наличие анализа использованной литературы.

II. Оценка содержания доклада:

- соответствие содержания заявленной теме;
- полнота раскрытия поставленной проблемы;
- наличие примеров, многообразия концепций (отечественных и зарубежных);
- полнота аргументации и обоснованность выводов;
- наличие у докладчика собственной позиции по данной теме.

В заключительной части занятия следует отметить наиболее активных студентов, полноту и качество отработки учебных вопросов, степень достижения поставленных учебных целей. Затем необходимо дать студентам рекомендации по более полному и эффективному изучению вопросов и освоению доступного им массива литературы научного и публицистического профиля.

Подготовка программы социологического исследования массово-коммуникативной деятельности

На основе рекомендованной литературы, студент выбирает тему для дальнейшего написания программы социологического исследования массово-коммуникативной деятельности. Выбранная тема должна подразумевать возможность проведения анкетного опроса некоторой потенциальной аудитории. Тема предполагаемого исследования согласовывается с преподавателем.

На следующем этапе, студент, используя соответствующий лекционный и дополнительный материал, приступает к самостоятельному написанию программы социологического исследования. В программе исследования обязательно должны быть следующие компоненты: обоснована проблема исследования, выделен объект и предмет исследования, сформулированы цели и задачи, проведен логический анализ основных понятий исследования, представлен макет анкеты. Все компоненты должны соответствовать требованиям предъявляемым к социологическим исследованиям, изложенным в соответствующей лекции и дополнительной литературе.

Далее студент представляет результаты своей самостоятельной работы по написанию программы социологического исследования в печатном виде в день и время определенное преподавателем. Оценка выставляется по итогам беседы преподавателя со студентом по написанной программе социологического исследования.

Тестирование по всему курсу

Проводится в конце изучения дисциплины с использованием персональных компьютеров.

Каждому студенту отводится на тестирование 40 минут, по 2 минуты на каждое задание. Для каждого студента 20 заданий определяются компьютером путем случайной выборки из базы тестовых заданий. Оценка результатов тестирования производится компьютерной программой, результат выдается немедленно по окончании теста. До окончания теста студент может еще раз просмотреть все свои ответы на задания и при необходимости внести коррективы.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками (в том числе в электронном виде) не разрешено.

Зачет

Промежуточная аттестация по дисциплине «Социально-психологические аспекты массовой коммуникации» по итогам 5-го семестра проходит в виде зачета. Зачет проводится согласно расписанию зачетно-экзаменационной сессии. До зачета не допускаются студенты, не сдавшие хотя бы одну из двух текущих аттестаций (тестирований). Зачет может быть выставлен автоматически, по результатам текущих контролей и достижений, продемонстрированных студентом на практических занятиях. Фамилии студентов, получивших зачет автоматически, объявляются в день проведения зачета, до начала промежуточного испытания. На менее чем за две недели студентам предоставляется список вопросов, вынесенных на промежуточную аттестацию. Зачет проходит в форме устного собеседования по темам, вынесенным на зачет. Тема собеседования с конкретным студентом, определяется преподавателем самостоятельно, исходя из уровня подготовки студента, продемонстрированного на текущей аттестации и практических занятиях.

По итогам собеседования и результатам текущей успеваемости выставляется итоговая отметка. Результаты прохождения зачета объявляются студенту.

В случае неудовлетворительного результата зачетного испытания начальником учебного отдела назначается день и время повторной сдачи зачета по дисциплине.