

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Социально-психологические аспекты массовых коммуникаций

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа 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: 2575
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья
Петровна
Дата: 17.11.2022

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины является:

- формирование у обучающегося способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- дать общие понятия о психологических особенностях протекания массовой коммуникации, познакомить студентов с профессиональной терминологией, с которой им придется сталкиваться в практической деятельности.

Задачами данной дисциплины являются:

- изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации;
- раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации;
- изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации;
- социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации;
- исследование эффективности массовой коммуникации.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Владеть:

- навыками анализа тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- практиками применения форм и методов медиарилейшенз;
- манипулятивными приемами коммуникации и средствами защиты от

них;

- технологиями создания сообщений в массовой коммуникации.

Знать:

- средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии;
- психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации;
- психологию процесса коммуникации;
- массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации.

Уметь:

- анализировать психологические свойства и феномены современной массовой коммуникации, понимать их природу;
- оценивать целесообразность и эффективность использования различных техник и приемов в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- осуществлять эффективную коммуникацию, массовую и межличностную коммуникацию;

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Сем. №4
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	68	68
В том числе:		
Занятия лекционного типа	34	34
Занятия семинарского типа	34	34

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с

педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 40 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация Рассматриваемые вопросы: - Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. - Структура личности как база восприятия информации. - Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация.
2	Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация Рассматриваемые вопросы: - Функции массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации. - Структура коммуникативного акта. - Модели массовой коммуникации.
3	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. - Понятие установки. Психологическая структура установок. Компоненты установок. - Установка в структуре личности. Иерархия установок. Фиксированная установка. Уровни установок в регуляции деятельности.
4	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации. - Убеждение и внушение; психологические модели убеждающего воздействия; соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории; роль групповых факторов в процессе убеждения; понятие конформизма; психология слухов, механизм искажения содержания информации в процессе передачи слухов.
5	Психология процесса коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Психология процесса коммуникации. - Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию. - Интерес как фактор коммуникации.
6	Психология процесса коммуникации.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Внимание. Виды внимания: произвольное, произвольное, после произвольное. -Интерес как фактор пробуждения и поддержания внимания. Объем внимания. - Свойства внимания. Восприятие. Перцепция и апперцепция.
7	<p>Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Факторы, влияющие на восприятие. -Гештальт теория о закономерностях образования образа восприятия. -Свойства восприятия. Понимание. Значение структуры личности для понимания сообщений. -Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. Шумы и барьеры
8	<p>Аудитория средств массовой коммуникации.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Аудитория средств массовой коммуникации. - Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации. Понятие аудитории средств массовой коммуникации. Общие характеристики аудитории массовой коммуникации (открытая-закрытая, потенциальная, наличная, целевая аудитория). - Аудитория отдельных каналов массовой коммуникации.
9	<p>Структура личности как база восприятия информации</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Структура личности как база восприятия информации (потребности, интересы, ценности, знания, нормы, установки) -Главный барьер на пути влияния массовой коммуникации.
10	<p>Понятие и сегментация аудитории</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Типология аудитории (социологическая, социально- психологическая, специальная). - Понятие и сегментация аудитории. Психографика.
11	<p>Понятие и сегментация аудитории</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Методы изучения аудитории массовой коммуникации. - Опросы, анкетирование, интервью. Использование технических средств для изучения аудитории. Достоинства и недостатки отдельных методов изучения аудитории. - Проблема рейтингов каналов массовой коммуникации.
12	<p>Мотивационно-потребностная сфера психики.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мотивационно-потребностная сфера психики. Мотивы. - Потребности. Потребностные состояния. Опредечивание потребности.
13	<p>Массовое поведение и воздействие средств массовой коммуникации.</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации. - Понятия подражание и заражение - механизмы формирования массовых процессов и закономерности их использования в ходе массовой коммуникации. - Массовое поведение (толпа, паника, мода) и воздействие средств массовой коммуникации. Понятие массовых вкусов. Закономерности массового поведения и реклама.
14	<p>Использование явления моды в рекламной деятельности</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мода. Признаки моды. Типы мотивации следования моде. - Механизмы возникновения и распространения моды. Использование явления моды в рекламной деятельности. - Психология моды. Коммуникативные сети (централизованные, децентрализованные).
15	<p>Психологический анализ средств массовой коммуникации.</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Рассматриваемые вопросы: - Психологический анализ средств массовой коммуникации. - Психология творчества журналиста и создателя рекламы. - Особенности печатных средств массовой информации. Особенности кино. Особенности радио.
16	Психологический анализ средств массовой коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Психологические и социально-психологические аспекты восприятия радиоинформации. - Эффект присутствия Особенности телевидения. - Особенности интернет-технологий как средства массовой коммуникации. Их достоинства и недостатки.
17	Творческое мышление Рассматриваемые вопросы: - Творческое мышление, творческие способности, вербальное и невербальное мышление. - Методы активизации творческого мышления. Конвергентное и дивергентное мышление. - Свойства дивергентного мышления, по Дж. Гилфорду. Опыт. Воображение. Виды воображения. Воображение и творчество. Приемы воображения.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация В результате участия в практическом занятии студент прорабатывает навык коммуникации
2	Общение, коммуникация, массовая и межличностная коммуникация В результате участия в практическом занятии студент прорабатывает навык массовой и межличностной коммуникации
3	Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает понятие стереотип и учится анализировать данное понятие
4	Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент приобретает навык изучения психологического воздействия в массовых коммуникациях
5	Психология процесса коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент прорабатывает навык интереса в ходе коммуникации
6	Психология процесса коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает понятие "внимание" и его роль в процессе коммуникации
7	Факторы, влияющие на понимание в процессе массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает факторы, которые влияют на понимание в процессе массовой коммуникации
8	Аудитория средств массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает понятия "мотив" и "потребность" в массовых коммуникациях
9	Структура личности как база восприятия информации В результате участия в практическом занятии студент изучает главный барьер на пути улучшения массовой коммуникации

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
10	Понятие и сегментация аудитории В результате участия в практическом занятии студент приобретает навык составления психографики
11	Понятие и сегментация аудитории В результате участия в практическом занятии студент приобретает навык составления опросов, анкетирования, проведения интервью
12	Мотивационно-потребностная сфера психики. В результате участия в практическом занятии студент изучает понятие "потребность" в массовых коммуникациях
13	Массовое поведение и воздействие средств массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает психологические эффекты массовой коммуникации
14	Использование явления моды в рекламной деятельности В результате участия в практическом занятии студент изучает влияние моды в рекламной деятельности и ее роль влияния на сознание масс
15	Психологический анализ средств массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент приобретает навык проведения психологического анализа средств массовой коммуникации
16	Психологический анализ средств массовой коммуникации. В результате участия в практическом занятии студент изучает особенности интернет-технологий в массовых коммуникациях
17	Творческое мышление В результате участия в практическом занятии студент приобретает навык творческого мышления

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Психология массовой коммуникации: от газет доинтернета: учебник для вузов О. А. Гулевич Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 264 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496255 (дата обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
2	Психология массовой коммуникации: учебник для вузов	ЭБС Юрайт [сайт]. —

	С. М. Виноградова, Г. С. Мельник Москва : ИздательствоЮрайт, 2022. — 443 с.	URL: https://urait.ru/bcode/488986 (дата обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
3	Социология массовых коммуникаций: учебник для среднего профессионального образования В. В. Касьянов 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 221 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494994 (дата обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.
4	Социология массовой коммуникации: учебник для вузов В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :Издательство Юрайт, 2022. — 221 с.	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/492735 (дата обращения: 30.03.2022). - Текст: электронный.

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Электронно-библиотечная система «Elibrary.ru»: www.elibrary.ru

ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте»: <http://umczdt.ru>

Электронно-библиотечная система «Юрайт»: <https://urait.ru>

Электронно-библиотечная система «Консультант студента»:
www.studentlibrary.ru

Электронно-библиотечная система «Лань» : <https://e.lanbook.com>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Операционная система Microsoft Windows

Офисный пакет приложений Microsoft Office

Яндекс браузер

Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Free

7-Zip файловый архиватор

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения всех аудиторных занятий лекций и практик необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 4 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Экономика и
управление на транспорте»

О.Г. Евдокимов

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян