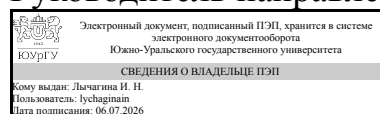


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



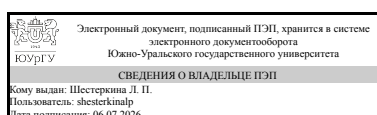
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.19 Психология массовых коммуникаций
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

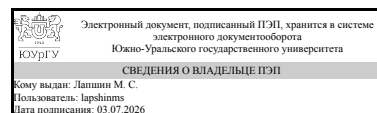
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.биол.н., доц., доцент



М. С. Лапшин

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование теоретических базовых знаний в области психологии массовой коммуникации. Задачи: - дать представление о психологических закономерностях функционирования массовой коммуникации; - сформировать способность к использованию основных компонентов, составляющих область психологии массовых коммуникаций.

Краткое содержание дисциплины

Программа дисциплины "Психология массовых коммуникаций" состоит из 5 основных разделов: Личность в системе массовых коммуникаций. Психические процессы в массовой коммуникации. Психология коммуникатора. Психологические закономерности аудитории СМК. Психологический анализ сообщений и каналов массовой коммуникации и 12 тем.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Знает: С точки зрения психологии массовых коммуникаций теоретические подходы к изучению массовой коммуникации. Умеет: Применять полученные знания при анализе реальных сообщений Имеет практический опыт: Проведения исследований в области психологии массовых коммуникаций.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знает: Потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности Умеет: Применять практические навыки при работе с аудиторией Имеет практический опыт: Работы в области психологии массовой коммуникации

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.20 Теория и практика массовой информации, 1.Ф.01 Эстетика, 1.О.01 Иностранный язык, 1.О.02 История России, 1.О.17 Основы теории коммуникации, 1.О.03 Основы российской государственности	1.О.04 Философия, 1.О.29 Политический консалтинг, 1.О.12 Политология, 1.О.24 Медиамаркетинг, 1.О.05 Деловой иностранный язык, ФД.01 Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации, 1.Ф.11 Логика

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.17 Основы теории коммуникации	Знает: Основные понятия, структуру и законы коммуникации, историю социальной коммуникации, основные модели коммуникации Умеет: Анализировать основные проблемы социальной коммуникации, используя коммуникационные категории. Имеет практический опыт: Изучения, анализа и организации групповой коммуникации; опыт групповой дискуссии
1.О.03 Основы российской государственности	Знает: -фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;- особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении; - фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (стабильность, миссия, ответственность и справедливость Умеет: - адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различия, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; Имеет практический опыт: владения навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера; владения навыками самостоятельного критического мышления на основе развитого чувства гражданственности и патриотизма.
1.Ф.01 Эстетика	Знает: Особенности культурного разнообразия общества в социальном и историческом контекстах Умеет: Выстраивать коммуникацию,

	основываясь на принципах кросс-культурного многообразия с учетом этических принципов Имеет практический опыт: Кросс-культурного взаимодействия
1.О.02 История России	Знает: Законы исторического развития и основы межкультурной коммуникации, Механизм возникновения проблемных ситуаций в разные исторические эпохи. Умеет: Оценивать достижения культуры на основе знания исторического контекста, анализировать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, Анализировать различные способы преодоления проблемных ситуаций, возникавших в истории, осуществлять поиск, анализ и синтез исторической информации Имеет практический опыт: Иметь практические опыт владения навыками бережного отношения к культурному наследию различных эпох, Имеет практический опыт выявления и систематизации различных стратегий действий в проблемных ситуациях
1.О.01 Иностранный язык	Знает: закономерности и особенности социально-исторического развития различных культур в этическом и философском контексте., основные фонетические, лексико-грамматические, стилистические особенности изучаемого языка и его отличие от родного языка; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные различия письменной и устной речи Умеет: методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах., продуцировать адекватные в условиях конкретной ситуации общения устные и письменные тексты; адекватно понимать и интерпретировать смысл и намерение автора при восприятии устных и письменных аутентичных текстов; выявлять сходство и различия в системах родного и иностранного языка. Имеет практический опыт: общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения., использования учебных стратегий для организации своей учебной деятельности; когнитивных стратегий для автономного изучения иностранного языка; приемов запоминания и структурирования усваиваемого материала; интернет-технологий для выбора оптимального режима получения информации
1.О.20 Теория и практика массовой информации	Знает: Основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью, Важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов Умеет: Предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых

	аудиторий, Создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов Имеет практический опыт: Выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп, Создания медиатекстов и коммуникационных продуктов
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 74,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64
Лекции (Л)	32	32
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	69,5	69,5
Подготовка электронных презентаций	20	20
Выполнение домашних заданий, контрольных точек	49,5	49,5
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Предмет "Психология массовых коммуникаций"	6	4	2	0
2	Личность в системе массовых коммуникаций	6	4	2	0
3	Психология коммуникатора. Психология потребителя	12	6	6	0
4	Психологические закономерности аудитории СМК	28	12	16	0
5	Психологический анализ сообщений и каналов массовой коммуникации	12	6	6	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Сущность массовых коммуникаций. Массовое сознание как явление общественного сознания.	2

2	1	Теории массового общества. Методы психического исследования продуктов массовой коммуникации	2
3	2	Личность как объект социально-психологических исследований. Понятия "личность" и "индивидуальность". Компоненты личности	2
4	2	Структура самосознания личности. Я-концепция. Уровни самосознания и Я-концепции. Коммуникативные аспекты Я-концепции	2
5	3	Структура и функции коммуникатора в массовых коммуникациях. Психологические особенности коммуникатора. Психология коммуникатора: специфика общения с аудиторией, социально-психологические модели	2
6, 7	3	Психология потребителя. Процессы восприятия информации потребителем. Моделирование процесса принятия решения о покупке	4
8, 9	4	Психические процессы в массовой коммуникации	4
10	4	Процесс восприятия в массовой коммуникации. Процессы восприятия информации потребителем. Роль информационного и рекламного сопровождения потребителя на разных этапах принятия решения о покупке. Моделирование процесса принятия решения о покупке на B2B и B2C-рынках	2
11	4	Перцептивная сторона общения в системе массовых коммуникаций	2
12	4	Поведенческие закономерности и мотивы медиааудитории. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. Внутренние факторы поведения потребителей	2
13	4	Стереотипы и социальные установки медиааудитории	2
14	5	Сообщение как структурный элемент массовой коммуникации. Новости как предмет медиасообщения	2
15	5	Психологический анализ телевидения и интернета как каналов массовой коммуникации	2
16	5	Психологический анализ прессы и радио как каналов массовых коммуникаций	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	"Методы психологических исследований" Опишите основные методы психологических исследований массовых коммуникаций: контент-анализ, фокус-группа, наблюдение, интервью, тестирование, включенное наблюдение, психосемантика, анкетирование. Выявите достоинства и недостатки методов психологических исследований.	2
2	2	"Я-концепция личности" 1. Структура Я-концепции личности (К. Юнг, З. Фрейд, А. Маслоу, К. Роджерс). 2. Феномен самосознания личности. 3. Уровни самосознания в Я-концепции личности (духовно-творческий, физический, социальный, когнитивно-психический). 4. Коммуникативные аспекты Я-концепции личности.	2
3, 4, 5	3	"Психология коммуникатора" 1. Коммуникатор: понятие, структура, функции. 2. Психологические особенности личности коммуникатора (Т.Я. Аникеева). 3. Профессиональные качества журналиста, ведущего (В.Ф. Олешко). 4. Образ коммуникатора (Н. Боголюбова).	6
6	4	"Перцептивная сторона общения в системе массовых коммуникаций" 1. Социальная перцепция в системе массовых коммуникаций: понятие, основные подходы. 2. Механизмы взаимопонимания в процессе общения. 3. Межличностная аттракция в системе массовых коммуникаций.	2
7, 8	4	"Стереотипы в системе массовой коммуникации" 1. Значение понятия 2. Виды стереотипов 3. Роль стереотипов в процессе массовой коммуникации	4

		4. Деловая игра	
9, 10, 11	4	"Медиапсихологическая экспертиза СМК" Студенты должны выбрать 2-3 популярных мультфильма (например, "Маша и медведь", "Шрек", "Ледниковый период", "Смешарики" и др.). На основе изученных законодательных актов и психологических исследований выявить соответствия их информационно-психологической безопасности. Выявить деструктивную информацию в выбранных мультфильмах. Определить возраст аудитории. Сформулировать личное отношение к выбранным мультфильмам.	6
12, 13	4	"Восприятие как психологический аспект информационных процессов субъекта в ходе массовых коммуникаций" 1. Восприятие: понятия, исследования (Р. Лийберт, Дж. Нил, Е. Дэвидсон). 2. Механизмы восприятия субъекта в ходе массовых коммуникаций. Особенности процесса восприятия информации потребителем. Обработка информации. Вовлеченность и обучение потребителя. Общая модель процесса принятия решения о покупке 3. Процесс восприятия субъекта в ходе массовых коммуникаций.	4
14	5	"Основные этапы принятия решения о покупке" Студенты повторяют материалы лекции, дают краткую характеристику этапам принятия решения о покупке на B2C и B2B-рынках. Определяются с продуктом/услугой для продвижения. Формулируют цель рекламной кампании. Готовят подборку рекламных сообщений, направленных на потребителя, находящегося на разных этапах процесса принятия решения о покупке	2
15, 16	5	"Анализ медиасообщений" Студенты должны выбрать медиасообщение получившее большой общественный резонанс. Определить доминирующее прочтение сообщения. Найти отклики на в СМИ, в комментариях в социальных сетях, содержащих оппозиционные и согласованные прочтения конкретного сообщения. Подготовка продающих текстов по расширенной и сокращенной формуле "Деконструкция медиасообщения" Студенты должны выбрать информационное телевизионное сообщение и найти в нем признаки конструирования образа реальности. В ходе выполнения задания студенты должны ответить на вопросы: 1. Перечислите приемы, используемые для конструирования конкретного телевизионного сюжета? 2 Составьте сравнительную характеристику об этом событии, показанном другим телевизионным каналом. Совпадают ли образы реальности, созданные разными телеканалами?	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка электронных презентаций	1.Пескова, Е. Н. Слоган и текст в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 24, [1] с. электрон. версия. 2. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по	2	20

	специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: метод. указания для специальностей 030602 "Связи с общественностью" и 032401 "Реклама" и по направлению 031600 "Реклама и связи с общественностью" / Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова, А.Г. Блудова. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. - С. 38-44.		
Выполнение домашних заданий, контрольных точек	1. Блудова, А. Г. Социология массовой коммуникации [Текст] учеб.-метод. комплекс А. Г. Блудова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 42, [1] с. электрон. версия 2.Мокшанцев Р. И. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент" / Р. И. Мокшанцев; Новосиб. гос. акад. экономики и упр.. - М.; Новосибирск : ИНФРА-М : Сибирское соглашение, 2009. - 230 с. 3.Пескова, Е. Н. Слоган и текст в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 24, [1] с. электрон. версия 4.Пескова, Е. Н. Риторика и речевое воздействие в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 25, [1] с. электрон. версия 5.Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с. 6.Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов по направлению и специальностям психологии / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд.. - СПб. и др. : Питер, 2007. - 384 с. : ил.	2	49,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	2	Текущий контроль	1 задание. Коммуникатор в системе МК	1	4	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Аргументированность Анализ речи, поведения и т.д. коммуникатора Вывод Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 2,4 балла.	экзамен
2	2	Текущий контроль	2 задание. Аудитория МК	1	5	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Аргументированность Полнота ответа Примеры в ответе Вывод Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	экзамен
3	2	Текущий контроль	3 задание. Сообщение МК	1	5	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность выполнения контент-анализа Правильность разработки и оформления сценария фокус-группы Соответствие сообщения целевой группе Соответствие содержания сообщение личности коммуникатора Общее впечатление от сообщения Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	экзамен
4	2	Текущий контроль	4 задание. Каналы МК	1	3	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Полнота Правильность Другие элементы Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому	экзамен

						мероприятию, то есть 1,8 балла.	
5	2	Текущий контроль	5 задание. Самоутверждение в МК	1	4	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Наличие всех необходимых типов реакции на социальное влияние Системный подход Качество публичной презентации Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 2,4 балла.	экзамен
6	2	Текущий контроль	6 задание. Стереотипы	1	4	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Наличие ответов Командная работа Толерантность Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 2,4 балла.	экзамен
7	2	Текущий контроль	7 задание. Механизмы восприятия материалов СМК	1	3	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Наличие всех примеров Правильность Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 1,8 балла.	экзамен
8	2	Текущий контроль	8 задание. Эссе	1	5	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Структура эссе Аргументированность Личное мнение Развернутый вывод Раскрытие темы Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	экзамен
9	2	Текущий контроль	Итоговый тест	1	10	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по критерию Верно/Не верно. Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному	экзамен

						контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 6 баллов.	
10	2	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	5	Итоговая оценка по дисциплине выставляется по накоплению результатов текущих контрольных мероприятий, при условии выполнения всех контрольных мероприятий: не менее 60%. Для получения итоговой оценки по дисциплине студенту необходимо набрать: «удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%. Дисциплина "Психология МК" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вес каждого КРМ = 1.	экзамен
11	2	Бонус	Бонус	-	2	Посещение всех занятий = 2 балла	экзамен
12	2	Бонус	Бонус	-	5	Активная работа на всех практических занятиях = 5 баллов	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Промежуточная аттестация выставляется по результатам выполнения студентами всех заданий курса в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе: «удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%. Дисциплина "Психология МК" содержит 9 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вес каждого КРМ = 1.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
УК-5	Знает: С точки зрения психологии массовых коммуникаций теоретические подходы к изучению массовой коммуникации.	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+
УК-5	Умеет: Применять полученные знания при анализе реальных сообщений	+			+	+		+			+		+
УК-5	Имеет практический опыт: Проведения исследований в области психологии массовых коммуникаций.				+				+		+		
ОПК-4	Знает: Потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		+	+		+	+		+	+	+	+	+
ОПК-4	Умеет: Применять практические навыки при работе с аудиторией		+	+			+				+		+
ОПК-4	Имеет практический опыт: Работы в области психологии массовой коммуникации		+	+					+		+		

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Блудова, А. Г. Социология массовой коммуникации [Текст] учеб.-метод. комплекс А. Г. Блудова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 42, [1] с. электрон. версия
2. Пескова, Е. Н. Риторика и речевое воздействие в рекламе [Текст] учеб.-метод. комплекс Е. Н. Пескова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 25, [1] с. электрон. версия
3. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации : подготовка и создание медиатекста [Текст] учебник для вузов по направлениям "Связи с общественностью" А. Г. Киселев. - СПб. и др.: Питер, 2011. - 399 с.
4. Маркетинговые коммуникации : 16+ / ЗАО "Издат. дом Гребенникова". - М., 2002-. -. URL: <http://www.grebennikoff.ru/product/1/>
5. Горянина В. А. Психология общения : Учеб. пособие для вузов на фак. педагогики, психологии и соц. работы / В. А. Горянина. - М. : Академия, 2002. - 415,[1] с.

б) дополнительная литература:

1. Лебедев-Любимов А. Н. Психология рекламы : учеб. пособие для вузов по направлению и специальностям психологии / А. Н. Лебедев-Любимов. - 2-е изд.. - СПб. и др. : Питер, 2007. - 384 с. : ил.
2. Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 478, [1] с. ил.
3. Сухов А. Н. Социальная психология : Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования / А. Н. Сухов. - 3-е изд., стер.. - Москва : Академия, 2006. - 232, [1] с.
4. Социальная психология : Учеб. пособие для вузов / А. Н. Сухов, И. В. Солодовникова, В. В. Солодовников и др.; Под ред.: А. Н. Сухова, А. А. Деркача. - М. : Academia, 2001. - 599,[1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал
2. PR в России междунар. проф. журн. Изд. дом "Соврем. экономика" журнал

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с.

2. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы по специальностям «Связи с общественностью» и «Реклама»: методические указания / сост.: Л.К. Лободенко, Л.В. Пелленен, А.Г. Блудова и др. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 89 с.

2. Студенческий PR-проект: учебное пособие / Е.П. Соколова, Л.В. Пелленен, С88 Е.Н. Пескова, А.А. Добрикова. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 87 с.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронный каталог ЮУрГУ	Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций Текст учебник для вузов по гуманитар. направлениям и специальностям Н. В. Антонова ; Высш. шк. экономики (нац. исслед. ун-т). - М.: Юрайт, 2016. - 372, [1] с. ил., табл. http://virtua.lib.susu.ru/cgi-bin/gw_2011_1_4/chameleon
2	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О.А. Гулевич. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 264 с. https://urait.ru/viewer/psihologiya-massovoy-kommunikacii-ot-gazet-do-interneta-518819#page/6
3	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Виноградова, С.М. Психология массовой коммуникации: учебник для вузов / С.М. Виноградова, Г.С. Мельник. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 443 с. https://urait.ru/viewer/psihologiya-massovoy-kommunikacii-510894
4	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Душкина, М.Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М.Р. Душкина. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 259 с. https://urait.ru/viewer/psihologiya-reklamy-i-svyazey-s-obshchestvennostyu-v-marketinge-519037
5	Дополнительная литература	Образовательная платформа Юрайт	Ерофеева, И.В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И.В. Ерофеева. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 206 с. https://urait.ru/viewer/psihologiya-mediateksta-513763
6	Основная литература	Образовательная платформа Юрайт	Антонова, Н.В. Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для вузов / Н.В. Антонова. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 373 с. https://urait.ru/viewer/psihologiya-massovyh-kommunikaciy-510851

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

2. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)
3. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Самостоятельная работа студента	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Экзамен	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Практические занятия и семинары	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученические – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.