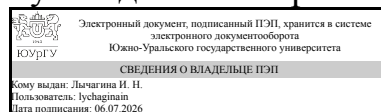


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



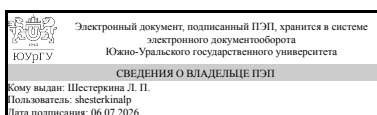
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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

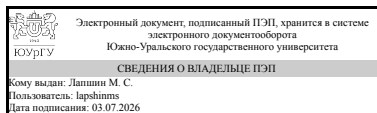
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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.12 Политология, 1.О.04 Философия, 1.О.01 Иностранный язык, 1.О.05 Деловой иностранный язык, 1.Ф.11 Логика, 1.О.20 Теория и практика массовой информации, 1.О.03 Основы российской государственности, 1.О.08 Культурология, 1.О.17 Основы теории коммуникации, 1.О.02 История России, 1.Ф.01 Эстетика, Учебная практика (профессионально-ознакомительная) (4 семестр)	1.О.24 Медиамаркетинг, 1.О.29 Политический консалтинг

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

Дисциплина	Требования
1.О.05 Деловой иностранный язык	Знает: основы межкультурной деловой коммуникации, основные принципы поведения в поликультурном социуме для решения учебно-деловых задач. , основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении. Умеет: проявлять толерантность, эмпатию, открытость и дружелюбие при общении с представителями другой культуры; предупреждать возникновение стереотипов, предубеждений по отношению к собственной культуре; выступать в роли медиатора культур., основные особенности зарубежной системы образования в области избранной профессии; особенности собственного стиля овладения предметными знаниями; основные параметры языка конкретной специальности в деловом общении. Имеет практический опыт: эффективно сотрудничать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения учебно-деловых задач., стратегий рефлексии и самооценки в целях самосовершенствования личных качеств и достижений; презентационными технологиями для предъявления информации; исследовательскими технологиями для выполнения проектных заданий.
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
1.О.04 Философия	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.08 Культурология	Знает: Основные закономерности развития общества, культуры и искусства в целом, основные этапы мирового культурно-исторического процесса, их закономерности и специфику Умеет: Анализировать явления культуры в культурно-историческом контексте; толерантно взаимодействовать с представителями различных культур, анализировать и интерпретировать тексты культуры, осознавать значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации Имеет практический опыт: Владения методами адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; навыками общения в мире культурного многообразия с использованием этических норм поведения, применения навыков системного мышления, анализа тенденций развития отечественной и зарубежной культуры
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.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.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.О.12 Политология	Знает: основные направления и этапы развития мировой политической мысли, особенности российской, европейской и восточной политической мысли , О способах организации публичной политики в разных типах политических систем Умеет: ориентироваться в мировом политическом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе, Определять специфику политико-правовой среды функционирования медиакоммуникационных

	систем Имеет практический опыт: определения степени актуальности современных политических концепций и действий для целей профессиональной деятельности; применения приемов ведения дискуссии по общественно-значимым проблемам, Владения навыками первичного анализа политико-правовой среды в сфере профессиональной деятельности
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.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.Ф.11 Логика	Знает: Специфику аналитического и синтетического метода, Специфику логических форм, соотношение логической формы и содержания Умеет: Осуществлять логические операции с логическими формами (понятиями, суждениями и умозаключениями), проверять формальную правильность результатов операций, Выделять существенные признаки понятий Имеет практический опыт: Проверки формальной правильности и истинности операций с понятиями, суждениями и умозаключениями, Работы с логическими формами.
Учебная практика (профессионально-ознакомительная) (4 семестр)	Знает: Особенности современной медиаиндустрии и запросы рекламодателей в актуальных медиапродуктах, Основные принципы работы в трудовом коллективе и сотрудничества с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, Профессиональные задачи и функции в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах,

	средствах массовой информации Умеет: Создавать коммуникационные и медиапродукты с учетом потребностей объекта продвижения, Выстраивать взаимоотношения с коллегами и руководителями трудового коллектива, уважительно относиться к чужой точке зрения, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, Решать профессиональные задачи в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации Имеет практический опыт: В создании и продвижении коммуникационных и медиапродуктов в соответствии с запросами рекламодателей, Межличностного, профессионального, официально-делового общения в трудовом коллективе с коллегами, имеющими социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия, Осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы в общественных, государственных и коммерческих структурах, средствах массовой информации
--	--

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 18,5 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
<i>Аудиторные занятия:</i>	8	8
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	125,5	125,5
Выполнение домашних заданий, контрольных точек	75,5	75.5
Подготовка электронных презентаций	50	50
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	Психология коммуникатора. Психология потребителя	2	0	2	0

2	Психологические закономерности аудитории СМК	2	0	2	0
3	Психологический анализ сообщений и каналов массовой коммуникации	4	0	4	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	"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).	2
2	2	"Стереотипы в системе массовой коммуникации" 1. Значение понятия 2. Виды стереотипов 3. Роль стереотипов в процессе массовой коммуникации 4. Деловая игра	2
3	3	"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
4	3	"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?	2

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
Выполнение домашних заданий, контрольных точек	1.Блудова, А. Г. Социология массовой коммуникации [Текст] учеб.-метод. комплекс А. Г. Блудова ; Юж.-Урал. гос.	7	75,5

	ун-т, Каф. Массовая коммуникация ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2009. - 42, [1] с. электрон. версия 2.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 3.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 4.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. 5.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.		
Подготовка электронных презентаций	1.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. 2.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. 3.Энциклопедический словарь: Психология труда, рекламы, управления, инженерная психология и эргономика / Сост. Б. А. Душков, Б. А. Смирнов, А. В. Королев; Под ред. Б. А. Душкова. - Екатеринбург : Деловая книга, 2000. - 46 4.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. 5.Музыкант В. Л. Формирование брэнда средствами PR и рекламы : учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" / В. Л. Музыкант. - 2-е	7	50

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	Учитывается в ПА
1	7	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	7	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	7	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	экзамен

						максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 3 балла.	
4	7	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 мероприятию, то есть 1,8 балла.	экзамен
5	7	Текущий контроль	6 задание. Стереотипы	1	4	Данное контрольно-рейтинговое мероприятие оценивается по следующим критериям: Правильность Наличие ответов Командная работав Толерантность Задание считается выполненным, если студент набрал 60% и более от максимально возможных по данному контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 2,4 балла.	экзамен
6	7	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
7	7	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 контрольно-рейтинговому мероприятию, то есть 6 баллов.	экзамен
8	7	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:	экзамен

						«удовлетворительно» от 60% до 74%; «хорошо» - от 75% до 84%; «отлично» - от 85 до 100%. Дисциплина "Психология МК" содержит 7 контрольно-рейтинговых мероприятия в рамках текущего контроля. Вес каждого КРМ = 1.	
9	7	Бонус	Бонус	-	2	Посещение всех занятий = 2 балла	экзамен
10	7	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 7 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
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. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы : учеб. пособие для вузов по специальностям 061500 "Маркетинг", 350700 "Реклама" / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., с изм.. - М. : Экономистъ, 2006. - 606, [1] с.

5. Шарков Ф. И. Коммуникология : основы теории коммуникации : учебник для вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр.; Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. - 4-е изд., перераб.. - М. : Дашков и К : Издательство Шаркова, 2013. - 487 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. Гагин Т. В. Новый код НЛП, или Великий канцлер желает познакомиться! / Т. В. Гагин, С. С. Уколов ; Ин-т психотерапии. - 4-е изд.. - М. : Психотерапия, 2007. - 245, [2] с.

4. Рогов Е. И. Психология общения / Е. И. Рогов. - М. : ВЛАДОС, 2007. - 334, [1] с. : ил.

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. 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.

2. 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.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. 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.

2. 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.

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. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)
2. -Консультант Плюс(31.07.2017)
3. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
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.
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. Парта ученическая – 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.
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. Парта ученическая – 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.
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.