




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

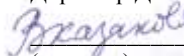
СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3
лекции 18 час.
практические занятия 18 час.
лабораторные работы не предусмотрены
в том числе с использованием МАО лек. /пр. час.
всего часов аудиторной нагрузки 108 час.
в том числе с использованием МАО час.
самостоятельная работа 45 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество) не предусмотрено
курсовая работа / курсовой проект: не предусмотрено
зачет семестр
экзамен 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 11.08.2016 № 997

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор Департамента канд.полит.наук, Казакова В.А.
Составитель (ли): к.соц.н. Олейникова Е.Ю.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

(подпись)

(И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор Департамента _____ В.А.Казакова

АННОТАЦИЯ

Рабочая программа по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» разработана для бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с требованиями образовательного стандарта ДВФУ от 21.10.16 по данному направлению. Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.5.2). Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 час. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 ч), практические занятия (18 ч.), самостоятельная работа студента (45 часов), часы на контроль и подготовку к экзамену (27 ч.).

Коммуникативная психология сетевых ресурсов является одним из отраслевых направлений психологии и включает в себя все сквозные элементы, присущие структуре психологического знания.

Дисциплина «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Основы рекламы и связей с общественностью», «Теория и практика массовой коммуникации», «Технологии управления общественным мнением в рекламе и связях с общественностью» и др.

Цели освоения дисциплины:

- изучение функционирования СМК в современном социуме;
- ознакомление с психологическими методами изучения их функционирования;
- формирование системного комплекса знаний о сфере массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

1. формирование представления об СМК в сетевом пространстве;
2. получение системного комплекса знаний об информационной индустрии;
3. изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;

4. изучение психологических исследований в области функционирования СМК.

В результате изучения дисциплины «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» у обучающихся формируются следующие общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции/элементы:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает	Базовую терминологию коммуникативной психологии
	Умеет	Применять соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом
	Владеет	Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает	Основные функции сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.
	Умеет	Формировать концепцию воздействия сетевой коммуникации на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.
	Владеет	Навыками выступления перед группой и установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания.
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	Знает	Основные понятия, относящиеся к области психологических исследований, классификацию исследований
	Умеет	Формулировать различные типы вопросов и формировать концепцию качественного исследования
	Владеет	Навыком проведения исследований в области влияния сетевой коммуникации на индивида и аудиторию

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» применяются следующие методы интерактивного обучения: дискуссия, работа в малых группах.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА **(лекционные занятия - 18 часов)**

Раздел I. Теоретический фундамент коммуникативной психологии **(10 часов)**

Тема 1. Коммуникативная психология сетевых ресурсов в системе современного гуманитарного знания. Коммуникация как форма общения (2 ч.)

Краткое содержание темы: Коммуникативная психология как формирующаяся практика и теория; междисциплинарные связи психологии; методология и понятийный аппарат психологии коммуникации; функции коммуникативной психологии на современном этапе.

Тема 2. Сравнение межличностной и массовой сетевой коммуникации. Понятия и основные подходы к операционализации понятия «коммуникация» (2 ч.)

Краткое содержание темы: Основные отличия понятий «общение» и «коммуникация»; характеристика коммуникативной, интерактивной и перцептивной сторон общения; основные особенности массовой коммуникации; характеристика основных компонентов МК.

Тема 3. Психические процессы и состояния в сетевой коммуникации (2 ч.)

Краткое содержание темы: Понятие о внимании и формы его проявления; общая характеристика ощущений; понятие о восприятии, его основные виды и свойства; общее понятие о памяти, процессы и виды памяти, их характеристика; формы и виды мышления; понятие о воображении и его связь с другими психическими процессами.

Тема 4. Особенности коммуникативного процесса. Структура личности как база восприятия информации (2 ч.)

Краткое содержание темы: Психология личности в сфере массовой информации; основные характеристики и принципы процесса восприятия; современные тенденции процесса восприятия.

Тема 5. Психологические барьеры в сетевой коммуникации. Эмоции и чувства в сетевой коммуникации (2 ч.)

Краткое содержание темы: Процессы проекции, идентификации и атрибуции как психологические механизмы восприятия МИ; коммуникативные барьеры; основные функции психологических барьеров; специфика психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации.

Раздел 2. Психология влияния (8 час.)

Тема 6. Психология массового сознания и сетевая коммуникация. Понятие «массового человека». Психология толпы. Психология паники (2 ч.)

Краткое содержание темы: Понятие: «масса», «массовый индивид»; структура и содержание массового сознания; характеристики массового сознания; две формы массового сознания: общественное мнение и массовое настроение; управление массовыми настроениями средствами МК.

Тема 7. Научная категория «воздействие» в структуре сетевой коммуникации. Применение психологических приемов воздействия в деловом общении и практике PR-коммуникаций (2 ч.)

Краткое содержание темы: Определение понятий «воздействие» и «влияние». Научная категория «воздействие» в структуре МК; понятийный аппарат психологии «влияния»; виды психологического влияния (манипуляция, самопродвижение, пробуждение импульса к подражанию, формирование благосклонности, просьба, принуждение, деструктивная критика и др.); приемы психологического влияния.

Тема 8. Виды психологического воздействия: убеждение, внушение, заражение, подражание, гипноз. Типы воздействия в сетевой коммуникации (2 ч.)

Краткое содержание темы: Суггестивные механизмы психики; определение, факторы продуктивного психологического влияния; основные виды психологического воздействия; типы воздействия в сетевых

коммуникациях; приемы психологического влияния и виды противостояния влиянию.

Тема 9. Психологические характеристики СМК. Влияние СМК на массовое поведение (2 ч.)

Краткое содержание темы: Сравнительные психологические характеристики средств МК; интенсивность воздействия СМК; восприятие: коммуникативные механизмы и элементарные (психологические) операции.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 ч., в том числе 10 ч. с использованием интерактивных методов обучения)

Занятие 1. Коммуникативная психология сетевых ресурсов в системе современного гуманитарного знания. Коммуникация как форма общения (2 ч., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Коммуникативная психология как формирующаяся практика и теория; междисциплинарные связи психологии; методология и понятийный аппарат психологии коммуникации; функции коммуникативной психологии на современном этапе.

В форме *групповой дискуссии* обсуждаются основные принципы осуществления сетевых коммуникаций.

Занятие 2. Сравнение межличностной и массовой сетевой коммуникации. Понятия и основные подходы к операционализации понятия «коммуникация» (2 ч.)

Провести сравнение, найти основные сходства и отличия понятий «общение» и «коммуникация». Характеристика коммуникативной, интерактивной и перцептивной сторон общения. Выявить основные особенности сетевой коммуникации; характеристика основных компонентов сетевой массовой и межличностной коммуникации.

Занятие 3. Психические процессы и состояния в сетевой коммуникации (2 ч., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Понятие о внимании и формы его проявления; общая характеристика ощущений; понятие о восприятии, его основные виды и свойства; общее понятие о памяти, процессы и виды памяти, их характеристика; формы и виды мышления; понятие о воображении и его связь с другими психическими процессами.

В форме *групповой дискуссии* выявляются и обсуждаются основные психические процессы и состояния в сетевой коммуникации.

Занятие 4. Особенности коммуникативного процесса. Структура личности как база восприятия информации (2 ч.)

Психология личности в сфере массовой информации; основные характеристики и принципы процесса восприятия; современные тенденции процесса восприятия.

Занятие 5. Психологические барьеры в сетевой коммуникации. Эмоции и чувства в сетевой коммуникации (2 ч., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Проанализировать процессы проекции, идентификации и атрибуции как психологические механизмы восприятия информации в сети. Описать основные коммуникативные барьеры и их функции. Специфика психофизиологических и социокультурных барьеров социальной коммуникации.

Занятие проводится с применением интерактивных методов обучения: *групповой дискуссии* и *тренинговых упражнений* на выявление внутреннего конформизма личности.

Раздел 2. Психология влияния (8 час.)

Занятие 6. Психология массового сознания и сетевая коммуникация. (2 ч., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Понятие: «масса», «массовый индивид»; структура и содержание массового сознания; характеристики массового сознания. Понятие

«массового человека». Психология толпы. Две формы массового сознания: общественное мнение и массовое настроение; управление массовыми настроениями средствами МК.

Обсуждение вопросов по теме проводится с использованием интерактивных методов обучения: *дискуссия и работа в малых группах*, направленная на выявление признаков и особенностей массового сознания в сетевых коммуникациях.

Занятие 7. Научная категория «воздействие» в структуре сетевой коммуникации. (2 ч., в т.ч. 2 ч. в интерактивной форме, дискуссия)

Определение понятий «воздействие» и «влияние». Научная категория «воздействие» в структуре сетевой МК; понятийный аппарат психологии «влияния»; виды психологического влияния (манипуляция, самопродвижение, пробуждение импульса к подражанию, формирование благосклонности, просьба, принуждение, деструктивная критика и др.); приемы психологического влияния.

Обсуждение вопросов по теме проводится с использованием интерактивных методов обучения: *дискуссия*, направленная на выявление в рекламных роликах методов психологического воздействия, с последующим составлением их ранга.

Занятие 8. Виды психологического воздействия: убеждение, внушение, заражение, подражание, гипноз (2 ч.)

Суггестивные механизмы психики; определение, факторы продуктивного психологического влияния; основные виды психологического воздействия; типы воздействия в сетевых коммуникациях; приемы психологического влияния и виды противостояния влиянию.

Занятие 9. Психологические характеристики СМК. Влияние СМК на массовое поведение (2 ч.)

Сравнительные психологические характеристики сетевых средств МК (ССМК); интенсивность воздействия ССМК; восприятие: коммуникативные механизмы и элементарные (психологические) операции.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Теоретический фундамент коммуникативной психологии	ОПК-4, ПК-3 ПК-10	Знает: базовую терминологию коммуникативной психологии, основные функции сетевых коммуникаций	Выполнение практических заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен) вопросы №
			Умеет: применять соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом в случае назначения руководителем..		
			Владеет: навыками комплексного использования знаний теоретического и практического характера в		

			сетевой коммуникации.		
2	Психология влияния	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	<p>Знает: основные функции сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.</p> <p>Умеет: использовать базовые психологические теории коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.</p> <p>Владеет: навыками установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания и взаимовыручки.</p>	Выполнение практических заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

1. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Бакулев Г.П. – Электрон. текстовые данные. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 192 с. – <http://www.iprbookshop.ru/56991.html>
2. Социология и психология массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2014.— 241 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72754.html>

Дополнительная литература

1. Доброзракова, Г.А. Современные теории массовой коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Доброзракова Г.А. – Электрон. текстовые данные. – Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. – 93 с. <http://www.iprbookshop.ru/71884.html>
2. Евгеньева, Т.В. Психология массовой политической коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Евгеньева Т.В., Селезнева А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2013.— 303 с. <http://www.iprbookshop.ru/54649.html>
3. Информация и общественное мнение [Электронный ресурс] : от репортажа в СМИ к реальным переменам / Ислам Румин, Андро Пьер-Ив, ДеллаВинье Стефано [и др.] ; пер. Т. Гутманпод ред. Ислам Румин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 296 с. <http://www.iprbookshop.ru/43619.html>
4. Латынов, В.В. Психология коммуникативного воздействия [Электронный ресурс]/ Латынов В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт психологии РАН, 2013. — 368 с. <http://www.iprbookshop.ru/32145.html>

5. Полуэхтова, И. А. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : курс лекций / И. А. Полуэхтова, А. Ю. Солнышков. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2013. — 108 с. <http://www.iprbookshop.ru/22464.html>

6. Франц, В. А. Управление общественным мнением [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. А. Франц. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 с. <http://www.iprbookshop.ru/66606.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR - Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR. Содержит новости, публикации, информацию о выставках и конференциях, законы о рекламе, информацию о профессиональных объединениях и т.п.- <http://www.advertology.ru/>

<http://www.inside-pr.ru> — Сайт сообщества внутренних коммуникаторов. Содержит новости из практики применения внутренних коммуникаций, описание современных технологий внутрикорпоративных связей с общественностью, примеры создания эффективных корпоративных коммуникаций на российском и зарубежном рынках.

Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» по экономике, финансам, бизнесу, маркетингу, менеджменту, логистике, управлению персоналом. [Электронный ресурс] <http://grebennikon.ru/>

Оценка самых известных брендов мира. [Электронный ресурс] —: <http://www.interbrand.com/>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» выполняется по следующему алгоритму.

1. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях, но для усвоения материала студентам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Студенту для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки реферата. Студент выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит реферат, который защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной работы (реферата) по каждой теме самостоятельной работы.

2. Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими и семинарскими занятиями, на которых студенты отвечают на вопросы и вступают в коллективные обсуждения и дискуссии, выполняют самостоятельные работы. Студент в течение семестра должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

3. Во второй половине семестра студенту предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. Студент должен проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов

4. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену.

Оценка за экзамен выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

VII. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Microsoft Office Professional Plus 2010 – офисный пакет, включающий программное обеспечение для работы с различными типами документов (текстами, электронными таблицами, базами данных и др.);

7Zip 9.20 - свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» существует следующее материально-техническое обеспечение:

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 203

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и
рекламные технологии»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

Владивосток

2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Социология массовых коммуникаций»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	1-18 неделя	Подготовка к практическому занятию	18 час.	Работа на занятиях
2.	4-17 неделя	Подготовка письменной работы (реферат)	17 час.	Защита реферата
3.	12-16 неделя	Подготовка к тестированию, проверочной работе	10 час.	Сдача теста, проверочной работы
		ИТОГО	45 час.	

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме практического занятия.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к тестированию.

4. Основные требования к содержанию реферата

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту необходимо строго придерживаться

логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей *структуре* реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;
3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает разделение на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует "перегружать" текст;
4. Заключения, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.
5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5см.. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами.

Темы рефератов

1. Социология массовой коммуникации в системе социологического знания.
2. Зарубежные исследования массовой коммуникации.
3. Отечественные исследования массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация и ее роль в социальных процессах.
5. Массовая коммуникация как разновидность духовно-практической деятельности.
6. Журналистика как сторона массовой коммуникации.
7. Место и роль массовой коммуникации в коммуникативном пространстве.
8. Роль массовой коммуникации в интеграции общества.
9. Массовая коммуникация и социальное управление.
10. Модели и методы массовой коммуникации как формы социального управления.
11. Правовые нормы регулирования деятельности массовой коммуникации.
12. Массовая коммуникация как социальный процесс.
13. Особенности общения и коммуникации в процессе массово-коммуникативной деятельности.
14. Коммуникативный акт как составляющая массово-коммуникативной деятельности.
15. Информация и ее роль в массово-коммуникативном процессе.

16. Методы информационного воздействия на аудиторию.
17. Проблема ответственности прессы.
18. Факторы эффективности воздействия массовой коммуникации.
19. Массовое сознание и его роль в деятельности массовой коммуникации.
20. Теоретические аспекты исследования массового сознания.
21. Массовое сознание как уровень сознания общества.
22. Общественное мнение как состояние массового сознания.
23. PR как способ воздействия и формирования общественного мнения.
24. Эффекты и эффективность в деятельности средств массовых коммуникаций.
25. Массовая информация как средство деятельности массовой коммуникации.
26. Количественные и качественные критерии в определении массовой информации.
27. Публицистика как тип творчества.
28. Массовая коммуникация как социальный институт.
29. Массовая коммуникация как форма социального контроля.
30. Понятие четвертой власти в деятельности массовой коммуникации.
31. Массовая коммуникация в политической структуре общества.
32. Этические нормы в деятельности массовой коммуникации.
33. Структура системы средств массовых коммуникаций.

При подготовке к практическим занятиям студент должен использовать учебную литературу, монографии, научные статьи, интернет-источники, которые имеют прямое отношение к заданиям по теме.

Типовые задания для подготовки к практическим занятиям

1. Составить таблицу эпох развития человечества и соответствующих им этапов развития массовой коммуникации с опорой на культурологическую теорию М.Маклюэна.

2. Найти примеры и уметь объяснить воздействие сообщений средств массовой коммуникации в соответствии с теориями МК первого этапа – массового общества и пропаганды (волшебная пуля/ подкожная инъекция, теория привратника)
3. Разобрать любое сообщение СМИ по элементам процесса коммуникаций Г.Лассуэлла.
4. Составить таблицу с основными особенностями сетевых ресурсов, присущим социальным институтам (массовая коммуникация, образование, армия, церковь и др.)
5. Разработать концепцию СМИ, основываясь на основных психологических функциях массовой коммуникации.
6. Найти примеры и уметь объяснить воздействия сообщений средств массовой коммуникации в соответствии с теориями МК второго этапа ограниченных эффектов МК (теория привратника, теория лидеров мнений Лазарсфельда, теория изменения установок К. Ховланда, когнитивный диссонанс Л. Фестингера, спираль молчания Э. Ноэль-Нойман)
7. Подготовить информацию по характеристике общих условий, необходимых для функционирования средств массовой коммуникации.
8. Найти примеры психологического воздействия средств массовой коммуникации в соответствии с теориями информационного общества Д. Белла, Г. Кана, З. Бжезинского, теории «третьей волны» Э. Тоффлера)
9. Сформулировать по 5 открытых, закрытых и полужакрытых вопросы для проведения опроса.
10. Составить гайд для проведения фокус-группы по вопросам коммуникативного воздействия сетевых ресурсов на аудиторию и индивида.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и
рекламные технологии»
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Форма подготовки очная

Владивосток
2016

Паспорт ФОС

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Знает
Умеет		Применять соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом
Владеет		Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знает	Основные функции сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.
	Умеет	Формировать концепцию воздействия сетевой коммуникации на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.
	Владеет	Навыками выступления перед группой и установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания.
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	Знает	Основные понятия, относящиеся к области психологических исследований, классификацию исследований
	Умеет	Формулировать различные типы вопросов и формировать концепцию качественного исследования
	Владеет	Навыком проведения исследований в области влияния сетевой коммуникации на индивида и аудиторию

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Теоретический фундамент коммуникативной психологии	ОПК-4, ПК-3 ПК-10	Знает: базовую терминологию коммуникативной психологии, основные функции сетевых коммуникаций Умеет: применять	Выполнение практически заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен) вопросы №

			соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом в случае назначения руководителем..		
			Владеет: навыками комплексного использования знаний теоретического и практического характера в сетевой коммуникации.		
2	Психология влияния	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Знает: основные функции сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.	Выполнение практически х заданий, Реферат, тест, дискуссия	Устный опрос (экзамен). Вопросы:
		Умеет: использовать базовые психологические теории коммуникаций для организации и проведения коммуникационных кампаний.			
		Владеет: навыками установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания и взаимовыручки.			

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-4 умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знает (пороговый уровень)	Базовую терминологию коммуникативной психологии	-знание базовой терминологии коммуникативной психологии, общие условия функционирования массовых коммуникаций	-способность перечислить основные термины коммуникативной психологии; - способность назвать общие условия функционирования массовых

				коммуникаций
	умеет (продвинутой)	Применять соответствующую терминологию в своей деятельности, делегировать полномочия, эффективно управлять коллективом	- умение применять базовую терминологию, делегировать полномочия для организации и проведения коммуникационных кампаний.	- способность объяснить основные термины коммуникативной психологии; - способность делегировать полномочия и организовать работу группы
	владеет (высокой)	Навыком формирования алгоритмов влияния на общественность в рамках деятельности рекламы и связей с общественностью	-владение навыками формирования алгоритмов влияния медиа на общество	- способность разложить на отдельные элементы процесс коммуникации по Г. Лассуэллу
ПК-3 владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	знает (пороговый уровень)	Основные функции сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности.	-знание основных функций сетевых коммуникаций, основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности	-способность назвать и объяснить основные функции сетевых коммуникаций, -способность сформулировать основные принципы распределения задач в коллективе с целью увеличения его эффективности
	умеет (продвинутой)	Формировать концепцию воздействия сетевой коммуникации на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом в случае назначения руководителем.	- умение формировать концепцию воздействия СМК на аудиторию, делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом	- способность разработать схематичную концепцию воздействия конкретного СМК на аудиторию -способность делегировать полномочия, брать на себе лидерские функции, управлять коллективом при работе в группе
	владеет (высокой)	Навыками выступления перед группой и	-владение навыком выступления	- способность выступать перед группой,

		установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания.	перед группой, участия в групповой дискуссии с целью установления в коллективе высокого уровня взаимопонимания	принимать участие в групповой дискуссии по вопросам дисциплины
ПК-10 способность проводить маркетинговые исследования	знает (пороговый уровень)	Основные понятия, относящиеся к области психологических исследований, классификацию исследований	- знание основных понятий, относящихся к области психологических исследований классификацию исследований.	- способность назвать и объяснить термины, связанные с методологией исследования; - способность определить тип исследования
	умеет (продвинутый)	Формулировать различные типы вопросов и формировать концепцию качественного исследования	- умение формулировать различные типы вопросов для исследований; - умение формировать концепцию качественного исследования	- способность различать и формулировать разные типы вопросов для исследований; - способность разработать гайд для проведения фокус-группы
	владеет (высокий)	Навыком проведения исследований в области влияния сетевой коммуникации на индивида и аудиторию.	- владение навыками проведения исследований в области влияния сетевой коммуникации на индивида и аудиторию	- способность составить анкету и провести опрос в области влияния сетевой коммуникации на индивида и аудиторию

Оценочные средства для текущей аттестации

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ (в т.ч. *Положением о фондах оценочных средств образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ, утвержденным приказом ректора от 12.05.2015 №12-13-850*) и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных

мероприятий (работа на практических (семинарских) занятиях – дискуссия, проверочная работа, сдача реферата, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

Объектами оценивания выступают:

1. *Уровень овладения практическими умениями и навыками* оценивается по активности работы на практических занятиях, убедительному изложению материала, оценка осуществляется по 10-бальной системе в соответствии с критериями (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»). На занятиях обсуждаются вопросы на основе подготовленных домашних заданий.

Критерии оценок по 10-бальной системе следующие: 10-8,5 баллов – проявлены глубокие знания компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10) – ответ отличается глубиной и полнотой раскрытия темы вопросов по философии и методологии науки, логичностью, последовательностью и аргументированностью ответа, умением объяснять сущность вопроса, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы,; 8,5-7,5 баллов - проявлены прочные знания основных вопросов компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10): умение объяснять сущность вопросов делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, но допускаются неточности; 7,5-6,0 балл – в ответе проявлены основные знания вопросов компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10), но ответ отличается недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, недостаточным умением давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; менее 6,0 баллов - проявлены незнание основных вопросов знания компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10): неглубокое раскрытие темы, неумение давать аргументированные ответы, отсутствие логичности и последовательности, допускаются серьезные ошибки в содержании ответа

2. *Степень усвоения теоретических знаний компетенций* (ОПК-4, ПК-3, ПК-10) определяется при защите реферата, при тестировании, при

написании проверочных работ, при этом используются соответствующие критерии оценивания в 10-бальной системе (10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено»).

Реферат по теме считается зачтенным, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, определив его содержание и составляющие, привёл основные источники по рассматриваемой теме; студент проводит самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы, понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы, при этом оценка реферата составляет более 6 баллов.

Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено». 10- 6 баллов - студент понимает базовые основы вопросов, источники знаний и приемы работы с ними, основные особенности научного метода познаний, основные понятия философии науки; программно-целевые методы решения научных проблем, основные направления развития и актуальные проблемы технических наук и понимает теоретическое обоснование выбранной темы, работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения, привлечены основные источники по рассматриваемой теме, фактических ошибок, связанных с пониманием темы, нет, допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы; менее 6 баллов - проявлены незнания базовых основ вопросов компетенций дисциплины, :работа представляет собой полностью или большей частью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы, допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

При работе с тестами студенту предлагается выбрать один вариант ответа четырех предложенных. Тесты рассчитаны на индивидуальное решение. Они могут быть использованы в процессе аудиторных занятий, и

самостоятельной работы. При 100-61 баллах (100-65 % верных ответов соответственно) тестирование оценивается положительно

Тесты по курсу «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии»

Тестовые вопросы по курсу «Психология массовых коммуникаций»

1. Основное отличие информационного общества от индустриального и постиндустриального заключается в том, что:

- а) меняются способы доставки информации;
- б) на смену газетам приходят радио, телевидение. Интернет;
- в) информация становится наиболее рентабельным продуктом и товаром;
- г) отличий нет.

2. В современной науке можно выделить следующие основные значения понятия «массовая коммуникация»

- а) все, о чем говорят люди;
- б) все, о чем сообщается в средствах массовой информации;
- в) все, что можно найти в Интернете;
- г) сведения о чем-либо, неопределенность, уменьшаемая, снимаемая в результате получения сообщений.

3. Коммуникативистика – это:

- а) синоним термина коммуникация;
- б) новая сфера технических наук, изучающая различные виды взаимосвязей;
- в) новая сфера общественнознания, изучающая гуманитарные функции информационных средств связи на разных этапах цивилизации;
- г) синоним межличностного общения.

4. К числу основных методов психологических исследований в сфере массовой коммуникации можно отнести:

- а) анкетирование аудитории;

- б) беседы с родственниками и знакомыми;
- в) метод эксперимента, контент-анализ, работу в фокус-группах;
- г) метод интервью.

5. Контент-анализ представляет собой

- а) метод фиксации визуальных единиц содержания в исследуемом материале;
- б) метод систематизированной фиксации единиц содержания в исследуемом материале;
- в) метод количественных исследований;
- г) метод качественных исследований.

6. Аудитория СМИ определяется как:

- а) массово-коммуникативная общность;
- б) все без исключения граждане государства;
- в) стихийное, никем и ничем не регулируемое образование;
- г) только те, кто постоянно общается со СМИ.

7. Толерантность – это:

- а) терпимость ко всему;
- б) принятие чужой инаковости;
- в) повышенная переносимость больших потоков информации;
- г) термин, характеризующий современное общество.

8. Диалог – это...(отметить неправильный ответ)

- а) вопросно-ответная форма мышления;
- б) хороший способ заработать на аудитории;
- в) эффективный способ усвоения информации;
- г) способ реализации взаимоотношений СМИ и аудитории.

9. Понятие «Слухи» в теории массовой коммуникации означает...

(выберите неправильный ответ)

- а) тексты определенного качества;
- б) передача неточных сведений о ком-либо;

в) высокоэффективная технология, применяемая в практике рекламы и PR;

г) один из каналов общественной массовой коммуникации.

10. Понятие «стереотип» было введено в оборот:

а) Ю.Л. Шерковиным;

б) Л. Фестингером;

в) У. Липпманом;

г) Д.Н. Узнадзе.

11. Стереотипизация сознания – это...(выберите неправильный ответ)

а) когнитивный процесс, опосредующий поведение человека;

б) закрепление в общественном сознании общественного опыта;

в) упрощенное понимание действительности;

г) последствие воздействия СМИ.

12. Среди основных особенностей массовой коммуникации выделяют (выберите неправильный ответ)

а) коллективный характер коммуникатора, гетерогенность аудитории;

б) информирование человека о некоторых сторонах окружающего мира;

в) институциональный характер и отсроченность обратной связи с аудиторией;

г) использование технических средств.

13. К основным функциям массовой коммуникации относят (выберите неправильный ответ)

а) манипулятивно-управленческая;

б) развлечения;

в) удивления;

г) информирования, просвещения.

14. К основным видам убеждения относят (выберите неправильный ответ)

- а) сообщение;
- б) информирование;
- в) разъяснение;
- г) доказательство;
- д) опровержение.

15. В число базовых функций СМИ при организации диалоговых отношений с аудиторией НЕ входит:

- а) функция делегирования аудиторией коммуникатору своих полномочий;
- б) функция передачи общественного мнения в управленческие структуры;
- в) функция фокусирования;
- г) функция информирования.

3. *Результаты самостоятельной работы.* Самостоятельная работа заключается в подготовке к практическим занятиям, тестированию и проверочным работам, написании реферата.

Самостоятельная работа по вопросам подготовки к практическим занятиям считается выполненной и зачтенной в случае, когда за практическое занятие студент получает балл выше 6 (ответ оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке реферата считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче реферата преподавателю студент получает балл выше 6 (реферат оценивается в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Самостоятельная работа по подготовке к тестированию и проверочным работам считается выполненной и зачтенной в случае, когда при сдаче теста/проверочной работы преподавателю студент получает балл выше 6

(тест и проверочные работы оцениваются в 10 бальной системе, критерии показаны выше).

Промежуточная аттестация студентов

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии» предусмотрена в виде экзамена в устной форме в виде собеседования – ответы на вопросы. При этом, оценка является комплексной, учитываются все оценки контрольных мероприятий текущей аттестации с весом, определяемым ведущим преподавателем.

Перечень контрольных вопросов к экзамену

«Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии»

1. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
2. Методология и методы психологических исследований массовой коммуникации.
3. Теории массовой коммуникации.
4. Психологические эффекты массовой коммуникации.
5. Аудитория как социально-коммуникативная общность.
6. Коммуникатор: психологические аспекты изучения.
7. Структура личности как база восприятия информации.
8. Психологические механизмы коммуникативного воздействия на личность и массы.
9. Характеристика вербального канала коммуникации.

10. Вербальная коммуникация: особенности разговора по телефону, переговоры. Технология публичного выступления.

11. Характеристика невербального канала коммуникации: взгляд, пластика, мимика, межличностная дистанция и пр.

12. Психология лжи.

13. Стереотипизация сознания и поведения в массовой коммуникации.

14. Установка. Основные психологические способы формирования новых и изменения старых установок.

15. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации.

16. Основные виды психологического влияния (подражание, заражение, внушение и др.).

17. Психологические модели убеждающего воздействия. Механизмы убеждения.

18. Манипулирование: природа, формы, механизмы и последствия.

19. Роль СМИ в формировании и управлении массовым сознанием. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы.

20. PR и пропаганда: сходство и различия.

21. Психологическое воздействие в рекламе.

22. Психология рекламы в прессе, наружной и телевизионной рекламе.

23. Коммуникативная эффективность рекламы. Критерии эффективности рекламы.

24. Психология слухов. Природа и разновидности слухов.

25. Факторы циркуляции слухов. Способы борьбы со слухами.

26. Каналы распространения слухов. Роль СМИ в распространении слухов.

27. мода как социально-психологический феномен. Социокультурная роль моды.

28. Психология творчества в PR-деятельности.

29. Психология PR-взаимодействия со СМИ.

30. Понятие конформизма. Внутригрупповая внушаемость. Информационная теория конформности (М. Дойч и Г. Джерард).
31. Основные психологические модели PR-коммуникаций.
32. Предотвращение и урегулирование конфликтов в практике «Паблик рилейшнз».
33. Назовите основные правила «Паблик рилейшнз».
34. Научные категории социальной психологии и психологии массовой коммуникации.
35. Психология пропаганды. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды.
36. Основные отличия пропаганды и рекламы, пропаганды и PR.
37. Назовите различия в определении терминов «пропаганда» и «PR» (по С. Блэку).
38. Роль пропаганды и агитации в деятельности СМИ.
39. Понятие массовой коммуникации, основные характеристики МК.
40. Психологические и социально-психологические аспекты информационной безопасности.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Коммуникативная психология сетевых ресурсов и
рекламные технологии»**

100-86	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10), если он глубоко и прочно усвоил программный материал дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «отлично» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
--------	------------------	--

85-76	<i>«хорошо»</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он в достаточной мере усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10); если он хорошо усвоил программный материал по социологии МК, четко его излагает, умеет увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий; правильно обосновывает принятое решение, владеет навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «хорошо» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
75-61	<i>«удовлетворительно»</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он на минимально необходимом уровне усвоил знания, умения и навыки всех компетенций дисциплины (ОПК-4, ПК-3, ПК-10); если он удовлетворительно усвоил программный материал по социологии МК, может его излагать, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, может обосновывать принятое решение, владеет основными навыками и приемами выполнения практических задач. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту только если ему предварительно зачтены практические работы, результаты защиты реферата, прохождения тестирования.
менее 61	<i>«неудовлетворительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент не знает значительной части программного материала дисциплины, допускает существенные ошибки, не работал на практических занятиях, не принимал участие в дискуссиях на занятиях, им не были подготовлены рефераты. Студент не показывает готовность к формированию своего интеллектуального уровня, не способен сознавать значение общекультурного уровня для своего профессионального мастерства. Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он освоил не все знания, умения и навыки компетенций дисциплины (ОК-4, ПК-3, ПК-10).

Образец экзаменационного билета:



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Дальневосточный федеральный университет»

Школа гуманитарных наук

ООП 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Дисциплина – Коммуникативная психология сетевых ресурсов и рекламные технологии
семестр 3 2017-2018 учебного года
Реализующий Департамент коммуникаций и медиа

Экзаменационный билет №1

1. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты анализа.
2. PR и пропаганда: сходство и различия.

Директор департамента
коммуникаций и медиа

Казакова В.А.