

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет филологии и массовых коммуникаций

Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Романов И.А.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.13.1.Технология воздействия на массовое сознание

на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере (для набора 2015)

Форма обучения очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование психологической культуры копирайтера и PR-специалиста, освоение технологий воздействия на массовое сознание на различных уровнях межличностной и массовой профессиональной коммуникации.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение знаний, связанных с использованием инструментария вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной деятельности;
- освоение методик создания различного типа эффективного медиатекста;
- формирование уважения к профессиональным правилам техники информационно-психологической безопасности (в работе с аудиторией, в профессиональной деятельности в стрессогенных условиях современных массмедиа)

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Курс входит в вариативную часть Блока 1., является дисциплиной по выбору. В рамках курса отрабатываются компетенции, которые были рассмотрены в предваряющих данный курс дисциплинах: Риторика, Практическая стилистика, Язык современного медиатекста, Информационные жанры медиатекста, PR-текст в системе публичных коммуникаций и др.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам								Всего часов
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр	
Общая трудоемкость									72
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	0	0	0	0	0	0	27	27
лекционные (ЛК)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	0	0	0	0	0	27	27
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0	0	0	0	0	0	45	45
Форма промежуточной аттестации в семестре								Зачет	0

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ОПК-3	обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-12	способность под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
Знать	Пороговый: ■ основные концепции, раскрывающие психологическую природу и психологические законы функционирования СМИ, ■ основные механизмы восприятия информации, ■ основные методы воздействия и взаимодействия с аудиторией, учитывая характеристику определенного сегмента СМИ
	Стандартный: ■ виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде, ■ о психических возможностях человека, его потребностях, особенностях сознания, знаниях, необходимых при выборе средств и приемов воздействия, на аудиторию и взаимодействия в коллективе, ■ возможные позитивные и негативные социально-психологические эффекты массовой информации

	Эталонный: ■ методы, технологии и техники процесса создания медиатекста, смысловой и структурно-композиционной специфики медиатекста как результата индивидуальной и коллективной творческой работы специалиста по связям с общественностью и рекламиста в условиях ее высокой технологичности, ■ психологические механизмы и регуляторы общественных процессов и отношений, ■ специфику протекания процессов взаимодействия СМИ и аудитории, общественно-психологических закономерностей воздействия и взаимодействия, зависящих от социально-духовных изменений в обществе
Уметь	Пороговый: ■ применять современные традиционные психологические методы и техники для решения прикладных задач в сфере массовой коммуникации, ■ использовать эффективный инструментарий воздействия и взаимодействия в межличностной и массовой профессиональной коммуникации, ■ устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью
	Стандартный: ■ осуществлять медиаанализ конкретной коммуникативной ситуации, ■ определять желаемые результаты воздействия, ■ создавать востребованные обществом и медиаиндустрией тексты в соответствии с профессиональными требованиями
	Эталонный: ■ отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности, ■ моделировать эффективные типы медиатекста, ■ определять эффективность использования технологий воздействия в медиатексте
Владеть	Пороговый: ■ приемами создания модели общения в межличностной и массовой коммуникации, ■ методикой психологического анализа медиатекста, ■ следовать принципам социальной ответственности
	Стандартный: ■ достаточным психологическим инструментарием для использования технологий в рамках различного типа медиатекста, ■ методикой оценки эффективности массовой коммуникации, ■ следовать принципам социальной ответственности, учитывать эффекты и последствия профессиональной работы

	Эталонный: ■ учитывать эффекты и предотвращать негативные последствия воздействия медиатекста, ■ моделировать эффективные (продуктивные) технологии взаимодействия с аудиторией, учитывая ее базовые характеристики, ■ использовать психологические методы коммуникации в региональном пространстве
--	--

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Рекламный и PR-текст как средство психологического воздействия на целевую аудиторию	17		6		11
2	2	Методы и технологии социально-психологического воздействия и взаимодействия в СМИ	17		7		10
3	3	Вербальные и невербальные системы общения в массовой и межличностной коммуникации	22		8		14
4	4	Массовая аудитория: характеристика, эффекты медиавоздействия	16		6		10
Итого			72	0	27	0	45

3.2. Лекционные занятия

3.3. Практические (семинарские) занятия

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Психология создания медиатекстов. Влияние типа мышления автора на программирование и создание материала. Языковая личность медиатекста. Способы отражения действительности и формирование картины мира. Психологическая типология медиатекста. Подходы к измерению эффективности медиатекста. Психологические механизмы эффективного диалога в СМИ.

2	2	Методы социально-психологического воздействия. Формирующий и манипулятивные способы воздействия в рекламе и ПР.
3	3	Формы общения и особенности массовой коммуникации. Логосфера СМИ: содержание и технология. Невербальные системы общения в массовой коммуникации.
4	4	Массовое сознание: структура, субъекты и носители массового сознания. Специфика массового сознания. Психограмма масчеловека. Своеобразие картины мира масчеловека. Психотипы потребителя. Факторы формирования интереса аудитории.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Очная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Характеристика личности автора медиатекста	Составление схемы. Творческое задание.
2	2	Технологии манипулятивных методов воздействия.	Психологический анализ медиатекста (использование манипулятивных технологий)
3	3	Формы общения в работе специалиста по СО и рекламе: межличностное и межгрупповое общения.	Научное эссе или рецензия научных работ (на выбор)
4	4	Российский менталитет как основной фактор интереса современной отечественной рекламы	Конспект

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	ПЗ	Творческие задания. Дискуссия.	4

2	2	ПЗ	Экскурсия в региональные рекламные агентства, пресс-службы, или мастер-класс от работодателей.	2
3	3	ПЗ	Творческие задания. Подготовка и опубликование медиатекста.	2
4	4	ПЗ	Медиапрезентация. Ролевая игра.	4

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Ерофеева, И.В. Психология медиатекста : учеб. пособие / И. В. Ерофеева. - 2-е изд., испр. и доп. - Чита : ЗабГУ, 2015. - 297 с. - ISBN 978-5-9293-1509-1 : 197-00.
2. Чалдини, Р. Психология влияния [Текст] / Р. Чалдини. - 5-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 336 с. : ил. - (Мастера психологии). - ISBN 978-5-496-01033-7 : 564-00.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации : Учебник для бакалавров / Виноградова Светлана Михайловна; Виноградова С.М., Мельник Г.С. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 512. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3446-5 : 150.70.
2. Гуревич, Павел Семенович. Социология и психология рекламы : Учебное пособие / Гуревич Павел Семенович; Гуревич П.С. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 462. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-02457-9 : 171.99.
3. Евгеньева, Татьяна Васильевна. Психология массовой политической коммуникации : Учебник и практикум / Евгеньева Татьяна Васильевна; Евгеньева Т.В., Селезнева А.В. - 2-е изд. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 300. - (Авторский учебник). - ISBN 978-5-534-04973-2 : 1000.00.
4. Жильцова, Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : Учебник и практикум / Жильцова Ольга Николаевна; Жильцова О.Н., Синяева И.М., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 233. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-9889-4 : 76.99.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Столяренко, Л.Д. Психология общения : учеб. / Л. Д. Столяренко, С. И. Самыгин. - 2-е изд., стер. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. - 317 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-222-22015-3 : 242-00.
2. Мандель, Борис Рувимович. PR:методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Мандель Борис Рувимович. - Москва : Вузовский учебник, 2009. - 205 с. - ISBN 978-5-9558-0094-3 : 425-00.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Коноваленко, Марина Юрьевна. Психология рекламы и рг : Учебник / Коноваленко Марина Юрьевна; Коноваленко М.Ю., Ясин М.И. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00765-7 : 147.42.
2. Селезнева, Лариса Васильевна. Подготовка рекламного и рг-текста : Учебное пособие /

Селезнева Лариса Васильевна; Селезнева Л.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 159. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5 : 55.69.

3. Корягина, Наталья Александровна. Психология общения : Учебник и практикум / Корягина Наталья Александровна; Корягина Н.А., Антонова Н.В., Овсянникова С.В. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 440. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-03322-9 : 131.86.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. www.e.lanbook.ru

ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. www.biblio-online.ru

ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12. www.studentlibrary.ru

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; Договор № 204-11/15/223/16-7 www.biblioclub.ru

Словарь рекламных терминов и понятий <http://hr-portal.ru/article/slovar-terminov-po-reklame-marketingu-i-pr>

<http://grif-reklama.ru/about/dictionary>

Электронная научная библиотека: реклама и связи с общественностью <http://apso.susu.ru/>

7. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672007, г. Чита, ул. Чкалова, 140 ауд. 10-17а.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Комплект специальной учебной мебели. Доска аудиторная меловая.

Мультимедийное оборудование: телевизор, переносной ноутбук, переносной проектор, переносной экран, акустическая система.

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

672000, г. Чита, ул. Бутина, 65 ауд. 13-118.

Кабинет для самостоятельной работы, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) Комплект специальной учебной мебели.

ПК – 5 шт.

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Общие методические рекомендации по изучению дисциплины

Практика преподавания дисциплины демонстрирует тот факт, что, несмотря на доступность необходимой информации по дисциплине (наличие учебников, учебных и учебно-методических пособий и печатном виде, в ЭБС, возможность получения информации из ресурсов сети интернет и т.д.), серьезные затруднения у студентов вызывают анализ, синтез, систематизация материала, а также выделение в нем принципиальных и существенных аспектов, отвечающим современным научным концепциям и подходам.

В связи с этим основным источником теоретического материала по дисциплине выступают лекции, посещение которых является обязательной составляющей успешного освоения дисциплины.

Для эффективного освоения материала дисциплины необходимым является выполнение следующих требований:

- обязательное посещение всех лекционных и практических занятий, способствующее системному овладению материалом курса;
- все вопросы соответствующих разделов и тем по дисциплине необходимо фиксировать (на любых носителях информации);
- обязательное выполнение домашних заданий является важнейшим требованием и условием формирования целостного и системного знания по дисциплине;
- обязательность личной активности каждого студента на всех занятиях по дисциплине;
- в случаях неясности каких-либо вопросов, обсуждаемых на занятиях, необходимо задать соответствующие вопросы преподавателю, а не оставлять их непонятыми;
- в случаях пропусков занятий по уважительным причинам студентам предоставляется право подготовки и представления заданий и ответов на вопросы изученного материала, с расчетом на помощь преподавателя в его усвоении;
- в случаях пропусков без уважительной причины студент обязан самостоятельно изучить соответствующий материал;
- необходимым условием является самостоятельность и инициативность студентов при контроле набора баллов по дисциплине для успешного прохождения промежуточной аттестации.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации по отдельным видам учебно-познавательной деятельности студентов

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются преподавателем);
- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
- уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
- уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
- владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные

аргументы в защиту своей позиции и т.д.);

- уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
 - при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
 - оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
 - при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
 - владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).
- Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия выступает важнейшим средством активизации познавательной деятельности. Как метод активного обучения дискуссия может использоваться как в рамках традиционных (развернутая беседа, система докладов и рефератов), так и новых форм практических занятий (анализ конкретных ситуаций, ролевая игра, круглый стол и т.д.).

Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

- фрагментарные дискуссии («мини-дискуссии») (предназначенные для обсуждения какого-то конкретного вопроса и занимающие, как правило, определенную часть занятия);
- развернутые дискуссии (посвященные изучению раздела (темы) в целом, охватывающие одно или несколько занятий);

2. По реальности существования участников:

- реальные (предполагающие общение с реальными участниками);
- воображаемые (предполагающие общение с воображаемым оппонентом (инсценировка спора)).

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

- подготовка дискуссии;

- проведение дискуссии;
- анализ итогов дискуссии.

Самым важным этапом при этом является подготовка к дискуссии, т.к. все последующие этапы определяются именно качеством предварительной подготовки. Подготовка к дискуссии, как правило, включает следующие составляющие:

- определение темы дискуссии (тема может быть задана преподавателем, а также обсуждаться и выбираться в процессе изучения материала по критериям наличия противоречий, проблемно-ориентированного характера при высокой актуальности, научной и социальной значимости);
- определение предмета дискуссии (с тем, чтобы не потерять время на обсуждение второстепенных аспектов проблемы);
- определение задач дискуссии (для организации целенаправленности, разделения функций участников дискуссии, экономии времени).

Подготовка к дискуссии должна предполагать индивидуальные и групповые консультации, предназначенные для задания целенаправленности дискуссии, а также – для активизации самостоятельной работы студентов. При этом преподавателю необходимо избегать детального разъяснения содержания проблемы, т.к. в этом случае не о чем будет спорить, и дискуссия будет сорвана. Задача преподавателя должна состоять в ненавязчивой помощи участникам будущей дискуссии в определении наличия противоречивых точек зрения на рассматриваемую проблему, порекомендовав изучить первоисточники и дополнительную литературу.

Необходимо подчеркнуть особую важность тщательной подготовки к дискуссии самого преподавателя, выступающего в качестве модератора. Цель такой подготовки состоит не только в том, чтобы обрести уверенность при обсуждении научной проблемы, но и в том, чтобы составить ясное представление о качестве подготовки участников дискуссии.

Разработчик/группа разработчиков: Ерофеева Ирина Викторовна, зав. кафедрой

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**