

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Горбунов Алексей Александрович

Должность: Заместитель начальника университета по учебной работе

Дата подписания: 22.07.2025 12:26:21

Уникальный программный ключ:

286e49ee1471d400cc1f45539d51ed7bbf0e9cc7

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

**Специалитет по специальности
37.05.02 Психология служебной деятельности
специализация «Психология безопасности»**

Санкт-Петербург

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины:

– формирование способности применять и анализировать психологические закономерности, механизмы и методы воздействия массовой коммуникации на аудиторию в целях профессионального, межкультурного взаимодействия, в том числе при организации психологического обеспечения оперативно-служебной деятельности.

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины

Компетенции	Содержание
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
ПК-6	Способен организовывать работу по регуляции и поддержанию психологической безопасности в малых и больших социальных группах

Задачи дисциплины:

- формирование способности устанавливать контакты и организовывать общение в соответствии с потребностями совместной деятельности, используя современные технологии массовых коммуникаций;
- формирование готовности разрабатывать и использовать средства воздействия на межличностные и межгрупповые отношения и на отношения субъекта с реальным миром;
- развитие способности строить эффективное воздействие в массовых коммуникациях при взаимодействии с представителями разных культур и социальных групп с учетом их особенностей;
- развитие способности осуществлять пропаганду антикоррупционного поведения используя знания закономерностей и механизмов психологии массовых коммуникаций;
- формирование знаний о психологических основах массовых коммуникаций и связей с общественностью для повышения стрессоустойчивого поведения личного состава в экстремальных условиях.

2. Перечень планируемых результатов обучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
-----------------------------------	---

УК-4.1 Знать: современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия. УК-4.2. Уметь: устанавливать контакты и организовывать общение в соответствии с потребностями профессиональной деятельности, используя современные коммуникационные технологии. УК-4.3. Владеть навыками информирования и обсуждения результатов профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях на русском языке и иностранном (ых) языке(ах), выбирая наиболее подходящий формат.	Владеет эффективными приемами устной и письменной коммуникации при организации воздействия массовой коммуникации на аудиторию в целях академического и профессионального взаимодействия, в том числе при обсуждении результатов профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях.
Тип задачи профессиональной деятельности: организационно-управленческий	
ПК-6.1 Знает факторы нарушения и механизмы обеспечения психологической безопасности в малых и больших социальных группах. ПК-6.2 Умеет обосновать цели и задачи мероприятий, направленных на регуляцию и поддержание психологической безопасности в малых и больших социальных группах. ПК-6.3 Владеет навыками планирования мероприятий, направленных на регуляцию и поддержание психологической безопасности в малых и больших социальных группах.	Применяет знания о психологических основах массовых коммуникаций и связей с общественностью для обоснования целей, задач и планирования мероприятий, направленных на регуляцию и поддержание психологической безопасности в малых и больших социальных группах

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы специалитета по специальности 37.05.02 Психология служебной деятельности специализации «Психология безопасности».

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

4.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ и по семестрам

для очной формы обучения

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	з.е.	час.	по семестрам
			7

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	з.е.	час.	по семестрам
			7
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа, в том числе:		50	50
Аудиторные занятия		50	50
Лекции (Л)		18	18
Практические занятия (ПЗ)		32	32
Семинарские занятия (СЗ)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Консультации перед экзаменом			
Самостоятельная работа (СРС)		58	58
в том числе:			
курсовая работа (проект)			
Зачет		+	+
Экзамен			

для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	з.е.	час.	по семестрам
			8
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа, в том числе:		20	20
Аудиторные занятия		20	20
Лекции (Л)		8	8
Практические занятия (ПЗ)		12	12
Семинарские занятия (СЗ)			
Лабораторные работы (ЛР)			
Консультации перед экзаменом			
Самостоятельная работа (СРС)		88	88
в том числе:			
курсовая работа (проект)			
Зачет		+	+
Экзамен			

4.2. Тематический план, структурированный по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

для очной формы обучения

№ п/п	Наименование тем	о часо	Количество часов по видам занятий	конс	ульт	конт	рефл	ельн	ая
----------	---------------------	-----------	---	------	------	------	------	------	----

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы			
1	2	3	4	5	6		7	8
1	Тема №1. Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации	16	2	6				8
2	Тема №2. Массовая коммуникация как источник информации	16	2	4				10
3	Тема №3. Массовая коммуникация как средство убеждения	16	2	4				10
4	Тема №4. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций	20	4	6				10
5	Тема №5. Социальное познание в массовой коммуникации	18	4	6				8
6	Тема №6. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения	22	4	6				12
	Зачет						+	
	Итого	108	18	32				58

для очно-заочной формы обучения

№ п/п	Наименование тем	Всего часов	Количество часов по видам занятий			Консультация	Контроль	Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы			
1	2	3	4	5	6		7	8
1	Тема №1. Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации	16	2					14
2	Тема №2. Массовая коммуникация как источник информации	16	2	2				12
3	Тема №3. Массовая коммуникация как средство убеждения	16		2				14
4	Тема №4. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций	18	2					16

5	Тема №5. Социальное познание в массовой коммуникации	20		2				18
6	Тема №6. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения	22	2	6				14
	Зачет						+	
	Итого	108	8	12				88

4.3 Содержание дисциплины

для очной формы обучения

Тема №1. Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации

Лекция. Операционализация понятия массовые коммуникации. История развития и становления массовых коммуникаций и связей с общественностью. Особенности и функции массовых коммуникаций; теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Психологические основы массовых коммуникаций и СМИ. Информационно-коммуникативная деятельность современного общества. Модели массовых коммуникаций.

Практическое занятие. Психология масс и проблемы институционализации коммуникаций

Самостоятельная работа. Рассмотреть проблемы и задачи психологии массовой коммуникации на современном этапе развития.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №2. Массовая коммуникация как источник информации

Лекция. Понятие новости. Виды новостей. Признаки события для тяжелой новости. Способы интерпретации информации в СМИ. Направление влияния новостных сообщений. Направление влияния новостных сообщений. Эффект восприятия враждебности медиа.

Практическое занятие. Подходы к изучению психологических аспектов влияния СМИ на аудиторию.

Самостоятельная работа. Коммуникативный аспект СМИ.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №3. Массовая коммуникация как средство убеждения

Лекция. Понятие убеждения. Стадии убеждения. Модели убеждения.

Модель вероятности тщательного анализа. Эвристико-систематическая модель. Выбор стратегии анализа информации. Сопротивление убеждению: стратегии. Особенности коммуникатора как фактор убедительности сообщения.

Практическое занятие. Убеждение и сопротивление убеждению.

Самостоятельная работа. Приемы эристики.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №4. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций

Лекция. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций. Информационно-психологическое воздействие и информационная среда. Понятие манипуляции и манипулятивные технологии. Психология виртуальной реальности массовых коммуникаций. Понятие социального взаимодействия. Структура и виды межличностного взаимодействия. Контексты и пространство межличностного взаимодействия. Сценарии и механизмы межличностного взаимодействия. Ритуальное поведение в межличностном взаимодействии

Практическое занятие. Приемы манипуляции в массовой коммуникации.

Самостоятельная работа. Приемы манипуляции в рекламе, политике.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №5. Социальное познание в массовой коммуникации

Лекция. Социальное познание. Стратегии социального сравнения. Последствия социального сравнения. Условия социального сравнения. Самораскрытие и параметры самораскрытия. Степень самораскрытия: условия. Последствия самораскрытия онлайн. Стратегии самопрезентации. Условия позитивной самопрезентации. Последствия позитивной самопрезентации. Процесс приписывания черт.

Практическое занятие. Анализ самопрезентации в социальных сетях.

Самостоятельная работа. Психология социальных сетей как средства массовой коммуникации.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №6. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения

Лекция. Коммуникационная среда PR и рекламы. Психологические механизмы коммуникативного воздействия. Коммуникация, перцепция, интеракция в массовых коммуникациях. Психологические эффекты массовых

коммуникаций. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения.

Практическое занятие. Современные виды массовых коммуникаций, их эффект на поведение человека.

Самостоятельная работа. Повышение устойчивости к воздействию массовых коммуникаций.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

для очно-заочной формы обучения

Тема №1. Теоретические подходы к изучению массовой коммуникации

Лекция. Операционализация понятия массовые коммуникации. История развития и становления массовых коммуникаций и связей с общественностью. Особенности и функции массовых коммуникаций; теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Психологические основы массовых коммуникаций и СМИ. Информационно-коммуникативная деятельность современного общества. Модели массовых коммуникаций.

Психология масс и проблемы институционализации коммуникаций

Самостоятельная работа. Рассмотреть проблемы и задачи психологии массовой коммуникации на современном этапе развития.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №2. Массовая коммуникация как источник информации

Лекция. Понятие новости. Виды новостей. Признаки события для тяжелой новости. Способы интерпретации информации в СМИ. Направление влияния новостных сообщений. Направление влияния новостных сообщений. Эффект восприятия враждебности медиа.

Практическое занятие. Подходы к изучению психологических аспектов влияния СМИ на аудиторию.

Самостоятельная работа. Коммуникативный аспект СМИ.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №3. Массовая коммуникация как средство убеждения

Практическое занятие. Понятие убеждения. Стадии убеждения. Модели убеждения. Модель вероятности тщательного анализа. Эвристико-систематическая модель. Выбор стратегии анализа информации. Соппротивление убеждению: стратегии. Особенности коммуникатора как фактор

убедительности сообщения.

Убеждение и сопротивление убеждению.

Самостоятельная работа. Приемы эристики.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №4. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций

Лекция. Феномен манипуляции в психологии массовых коммуникаций. Информационно-психологическое воздействие и информационная среда. Понятие манипуляции и манипулятивные технологии. Психология виртуальной реальности массовых коммуникаций. Понятие социального взаимодействия. Структура и виды межличностного взаимодействия. Контексты и пространство межличностного взаимодействия. Сценарии и механизмы межличностного взаимодействия. Ритуальное поведение в межличностном взаимодействии

Самостоятельная работа. Приемы манипуляции в рекламе, политике.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №5. Социальное познание в массовой коммуникации

Практическое занятие. Социальное познание. Стратегии социального сравнения. Последствия социального сравнения. Условия социального сравнения. Самораскрытие и параметры самораскрытия. Степень самораскрытия: условия. Последствия самораскрытия онлайн. Стратегии самопрезентации. Условия позитивной самопрезентации. Последствия позитивной самопрезентации. Процесс приписывания черт.

Анализ самопрезентации в социальных сетях.

Самостоятельная работа. Психология социальных сетей как средства массовой коммуникации.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

Тема №6. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения

Лекция. Коммуникационная среда PR и рекламы. Психологические механизмы коммуникативного воздействия. Коммуникация, перцепция, интеракция в массовых коммуникациях. Психологические эффекты массовых коммуникаций. Коммуникационные ресурсы связей с общественностью и рекламы для организации психологического просвещения населения.

Практическое занятие. Современные виды массовых коммуникаций, их эффект на поведение человека.

Самостоятельная работа. Повышение устойчивости к воздействию массовых коммуникаций.

Рекомендуемая литература:

основная [1-2];

дополнительная [1-2].

5. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

При реализации программы дисциплины используются лекционные и практические занятия.

Общими целями занятий являются:

обобщение, систематизация, углубление, закрепление теоретических знаний по конкретным темам дисциплины;

формирование умений применять полученные знания на практике, реализация единства интеллектуальной и практической деятельности;

выработка при решении поставленных задач профессионально значимых качеств: самостоятельности, ответственности, точности, творческой инициативы.

Целями лекции являются:

– дать систематизированные научные знания по дисциплине, акцентируя внимание на наиболее сложных вопросах;

– стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся, способствовать формированию их творческого мышления.

В ходе практического занятия обеспечивается процесс активного взаимодействия обучающихся с преподавателем; приобретаются практические навыки и умения. Цель практического занятия: углубить и закрепить знания, полученные на лекции, формирование навыков использования знаний для решения практических задач; выполнение тестовых заданий по проверке полученных знаний и умений.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на углубление и закрепление знаний, полученных на лекциях и других занятиях, выработку навыков самостоятельного активного приобретения новых, дополнительных знаний, подготовку к предстоящим занятиям, в том числе к контрольным работам.

6. Оценочные материалы по дисциплине

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, проводится в соответствии с содержанием дисциплины по видам занятий в форме опроса, контрольных работ и докладов.

Промежуточная аттестация обеспечивает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине и проводится в форме

зачета.

6.1. Примерные оценочные материалы:

6.1.1. Текущего контроля

Типовые вопросы для опроса:

1. Что такое новости?
2. Как новости интерпретируют события?
3. Как новости влияют на аудиторию?
4. Насколько избирательно восприятие новостей?
5. Какие признаки события для тяжелой новости?

Типовые задания для контрольных работ:

1. Подберите приёмы устной и письменной коммуникации при организации воздействия массовой коммуникации на аудиторию в целях профессионального, межкультурного взаимодействия.
2. Опишите алгоритм построения эффективного воздействия в массовых коммуникациях при взаимодействии с представителями разных культур и социальных групп с учётом их особенностей.
3. Разработайте программу мероприятий по пропаганде антикоррупционного поведения, используя знания закономерностей и механизмов психологии массовых коммуникаций.
4. Разработайте индивидуальную и групповую программы повышения стрессоустойчивого поведения личного состава в экстремальных условиях, применяя знания о психологических основах массовых коммуникаций и связей с общественностью.
5. Разработайте инструментарий для эффективного взаимодействия с сотрудниками правоохранительных органов, военными специалистами по вопросам организации психологического обеспечения оперативно-служебной деятельности.

Типовые темы для докладов:

1. Особенности развития массовых коммуникаций в России.
2. Методы пропаганды в СМИ.
3. Способы интерпретации информации в СМИ.
4. Сравнительный анализ рекламы и PR.
5. Приемы манипуляций в СМИ.

6.1.2. Промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов, выносимых на зачет

1. Объект и предмет психологии массовой коммуникации.
2. Массовая коммуникация: психологический и социально-психологический аспекты изучения.
3. Социально-психологические функции массовой коммуникации.
4. Массовая коммуникация как опосредованное общение.

5. Социально-психологические теории массовой коммуникации: теория социального научения.

6. Социально-психологические теории массовой коммуникации: теория культивирования.

7. Социально-психологические теории массовой коммуникации: теория использования и удовлетворения.

8. Источник сообщения в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.

9. Сообщение в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.

10. СМК в цепи массовой коммуникации: психологические характеристики.

11. Аудитория массовой коммуникации. Проблемы психографики.

12. Структура личности как база восприятия и обработки информации.

13. Когнитивные психические процессы личности как база восприятия информации.

14. Способы привлечения и удержания внимания в массовой коммуникации.

15. Механизмы деятельности памяти в массовой коммуникации.

16. Мышление и понимание в массовых коммуникационных процессах.

17. Эмоциональный компонент восприятия СМИ.

18. Потребности, мотивы, интересы аудитории в массовых коммуникационных процессах.

19. Роль установки и стереотипов в массовых коммуникационных процессах.

20. Социально-психологические механизмы массовой коммуникации (эмпатия, идентификация, атрибуция, аттракция, аффилиация, фасцинация).

21. Психология массовидных явлений: психология моды.

22. Психология массовидных явлений: психология толпы.

23. Психология массовидных явлений: психология слухов, их классификация, функции, профилактика.

24. Мотивация аудитории средствами рекламы.

25. Социально-психологические методы воздействия (убеждение, внушение, заражение, подражание).

26. Соотношение логических и эмоциональных апелляций к аудитории в массовых коммуникационных процессах.

27. Коммуникативное воздействие как манипуляция.

28. Классификации манипуляций в массовой коммуникации.

29. Манипулятивные приёмы воздействия в практике СМИ, рекламы и паблик рилейшенз.

30. Мифодизайн как манипулятивная техника рекламы и ПР.

31. Психоаналитический подход к массовой коммуникации.

32. НЛП-ориентированный подход к массовой коммуникации

33. Гипнотический подход в массовых коммуникационных процессах.

34. Доверие к информации СМИ: социальное и психологическое содержание. Доверие к рекламе: динамика общественного мнения.
35. Психологическая безопасность массовой коммуникации.
36. Психологические последствия негативного воздействия в массовых коммуникационных процессах.
37. Техники защиты от негативного воздействия массовой коммуникации.
38. Психология творчества журналиста, создателя рекламы.
39. Психологическая эффективность и психологические эффекты массовой коммуникации.
40. Модель комплексного анализа коммуникативного акта.
41. Коммуникации в государственных, коммерческих, общественных структурах, в экономической, социальной, политической и других сферах общественной жизни.
42. Специфика коммуникации в образовании, изобразительном искусстве, архитектуре, танце, музыке, театре, литературе.
43. Простейшие, циркулярные, гомогенные, двухступенчатые, многоступенчатые коммуникации.
44. Различные подходы к моделированию коммуникативного пространства: филологические, социологические, психологические и др.
45. Протекание процесса коммуникации по составным звеньям коммуникативной цепи: коммуникатор, содержание, аудитория.
46. Аргументация в коммуникативном процессе.
47. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.
48. Целевая аудитория и ключевые сообщения.
49. Личность в системе коммуникации.
50. Понятие языковой личности: вербально-семантический, лингво-когнитивный, мотивационный уровни.
51. Коммуникатор и способы его изучения.
52. Границы коммуникативной сферы.
53. Распространение информации в реальной человеческой среде.
54. Коды в процессе общения.
55. Семиотика как наука о символах. Понятие знака. Типы знаков.
56. Понятия «общение», «коммуникация», «речевая деятельность».
57. Основные составляющие коммуникации.
58. Онтологический аспект: биологические, социальные, этнические, психологические факторы коммуникации.
59. Гносеологический аспект: функции коммуникации, единицы коммуникации; категории коммуникации.
60. Коммуникативные революции.
61. Истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций.
62. Классическая парадигма коммуникации.
63. Новая коммуникативная стратегия.
64. Теория коммуникативной компетенции.

65. Аудитория и типы коллективного коммуникативного поведения.
66. Коммуникативное пространство и его виды.
67. Коммуникативный акт.
68. Массовые, локальные коммуникации, коммуникации среднего уровня.
69. Функции массовой коммуникации.
70. Средства массовой коммуникации

6.2. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Система оценивания включает:

Форма контроля	Показатели оценивания	Критерии выставления оценок	Шкала оценивания
зачет	правильность и полнота ответа	дан правильный, полный ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; могут быть допущены недочеты, исправленные самостоятельно в процессе ответа; дан правильный, недостаточно полный ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи; могут быть допущены недочеты, исправленные с помощью преподавателя; дан недостаточно правильный и полный ответ; логика и последовательность изложения имеют нарушения; в ответе отсутствуют выводы.	зачтено
		ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу; присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения; дополнительные и уточняющие вопросы не приводят к коррекции ответа на вопрос.	не зачтено

7. Ресурсное обеспечение дисциплины

7.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

МойОфис Образование [ПО-41В-124] - Полный комплект редакторов текстовых документов и электронных таблиц, а также инструментарий для работы с графическими презентациями [Свободно распространяемое. Номер в

Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных - 4557], Astra Linux Common Edition релиз Орел [ПО-25В-603] - Операционная система общего назначения "Astra Linux Common Edition" [Коммерческая (Full Package Product). Номер в Едином реестре российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных - 4433].

7.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Информационная справочная система — Сервер органов государственной власти Российской Федерации <http://россия.пф/> (свободный доступ); профессиональные базы данных — Портал открытых данных Российской Федерации <https://data.gov.ru/> (свободный доступ); федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru> (свободный доступ); система официального опубликования правовых актов в электронном виде <http://publication.pravo.gov.ru/> (свободный доступ); федеральный портал «Совершенствование государственного управления» <https://ar.gov.ru> (свободный доступ); электронная библиотека университета <http://elib.igps.ru> (авторизованный доступ); электронно-библиотечная система «ЭБС IPR BOOKS» <http://www.iprbookshop.ru> (авторизованный доступ); <https://rospsy.ru/> — сайт Федерации психологов образования России, обеспечивающий индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет; <https://psyjournals.ru/team/index.shtml> — портал психологических изданий, обеспечивающий индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет; <http://psychology.net.ru/> — база профессиональных данных «Мир психологии»

7.3. Литература

Основная литература:

1. Назаретян, А. П. Психология стихийного массового поведения. Лекции / А. П. Назаретян. — 3-е изд. — Москва : ПЕР СЭ, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 112 с. — ISBN 5-9292-0033-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140974.html>

2. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

Дополнительная литература:

1. Степанов, М. А. Эстетика рекламной коммуникации : учебное пособие / М. А. Степанов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 111 с. — ISBN 978-5-7937-1671-0. — Текст : электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102698.html>

2. Зайцева, А. В. Теория коммуникации : учебно-методическое пособие / А. В. Зайцева. — Луганск : Книта, 2021. — 114 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111217.html>

3. Дзялошинский, И. М. Культура массовых коммуникаций : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 688 с. — ISBN 978-5-4497-1298-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR <https://www.iprbookshop.ru/109257.html>

7.4. Материально-техническое обеспечение

Для проведения и обеспечения занятий используются помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой специалитета, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: маркерная доска, мультимедийный проектор, посадочные места обучающихся.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

Автор: Тарадина Ю.М.