

Кафедра психологии и развития человеческого капитала
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: 8RwKCe0UOeLvSp86EawK1z3wWs9emYUN

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 17.06.2026 г.

Психология массовых коммуникаций

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

37.03.01 - Психология,

Образовательная программа «Психология»

Профиль:

«Психология виртуальной среды и медиапространства»

Рекомендовано

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 41 от 19.03.2024 г.)*

Одобрено

*Кафедра психологии и развития человеческого капитала
(протокол № 08 от 01.03.2024 г.)*



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1. Содержание дисциплины	8
5.2. Учебно – тематический план	11
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	13
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	16
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	16
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	20
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	21
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	7
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	9
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	36
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	37
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	37



1. Наименование дисциплины

Психология массовых коммуникаций

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ОПК-6	Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам	Демонстрирует знание о принципах, методах и стратегиях просветительских и профилактических мероприятий в деятельности практического психолога.	Знать: основные принципы, методы и стратегии просветительских и профилактических мероприятий в деятельности практического психолога. Уметь: организовывать и проводить профилактические мероприятия психологической направленности.
		Использует психологические и информационно-коммуникационные технологии для мониторинга потребностей и запросов целевой аудитории.	Знать: психологические и информационно-коммуникационные технологии используемые для мониторинга потребностей и запросов целевой аудитории. Уметь: организовывать мониторинговые процедуры по выявления потребностей и запросов целевой аудитории.
		Распространяет, разъясняет и популяризирует функциональные знания в области психологии, необходимые людям в повседневной жизнедеятельности.	Знать: процедуры разъяснения и популяризации знаний в области психологии, необходимые людям в повседневной жизнедеятельности. Уметь: использовать коммуникативные техники для проведения разъяснения и популяризации знаний в области психологии, необходимые людям в повседневной жизнедеятельности.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		Организует информационно-образовательные мероприятия по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг.	Знать: процедуру организации информационно-образовательных мероприятий по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг. Уметь: проводить информационно-образовательные мероприятия по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг.
		Разрабатывает и реализует просветительские и профилактические программы, включая подготовку сообщений для средств массовой информации и использования ресурсов социальных сетей, с целью повышения уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий личности.	Знать: принципы разработки сообщений для средств массовой информации, использования ресурсов социальных сетей, с целью повышения уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий личности. Уметь: организовывать просветительские и профилактические программы, включая подготовку сообщений для средств массовой информации и использования ресурсов социальных сетей, приглашение спикеров-экспертов с целью повышения уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий личности.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		Использует стандартные методы и технологии работы практического психолога для сохранения и укрепления психологического здоровья целевой аудитории, а также по минимизации влияния негативных явлений.	Знать: стандартные методы и технологии работы практического психолога для сохранения и укрепления психологического здоровья целевой аудитории, а также по минимизации влияния негативных явлений. Уметь: применять методы и технологии работы практического психолога в реализации просветительских и профилактических программ, направленных на сохранение и укрепление психологического здоровья целевой аудитории, а также минимизацию влияния негативных явлений.
		Применяет технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.	Знать: технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения. Уметь: применять на практике технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПКП-3	Способен к психологической экспертизе интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности с целью оценки рисков и психологической безопасности	Демонстрирует знание теории, технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психосемиотического) анализа социальных текстов, включая интернет-контент, тексты средств массовой информации и виртуальной реальности.	Знать: теории, технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психосемиотического) анализа социальных текстов, включая интернет-контент, тексты средств массовой информации и виртуальной реальности. Уметь: применять технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психосемиотического) анализа при реализации экспертизы интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.
		Отбирает методы и методики оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности, адекватные целям психологического анализа.	Знать: принципы отбора текстов средств массовой информации и виртуальной реальности, адекватные целям психологического анализа. Уметь: применять принципы отбора текстов средств массовой информации и виртуальной реальности при проведении экспертизы интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.
		Использует методики анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.	Знать: актуальные методики анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности. Уметь: применять актуальные методики анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности при организации экспертной деятельности.



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к «Профилю "Психология виртуальной среды и медиапространства"».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
<i>Контактная работа – Аудиторные занятия</i>	<i>50</i>	<i>50</i>
<i>Лекции</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>34</i>	<i>34</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>58</i>	<i>58</i>
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет



5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1.

Тема 1. Познавательные процессы, эмоции и мотивация в процессах массовой коммуникации.

Ощущение, восприятие, память и мышление в процессе коммуникации. Свойства внимания: устойчивость, сосредоточенность, переключаемость, распределение, объем. Формы мышления – понятия, суждения, умозаключения, их роль в процессе взаимодействия с массовой коммуникацией. Понятие эмоций и чувств, их значение в процессе взаимодействия с продуктами масс-медиа. Функции эмоций. Понятие потребностей. Функции и классификация потребностей человека. Понятие мотива и мотивации. Общее строение мотивационной сферы человека. Просоциальные мотивы, их использование и распространенность в современных масс-медиа.

Тема 4. Методы исследования в психологии массовой коммуникации.

Цели социально-психологического исследования массовой коммуникации. Методы опроса, наблюдения, тестирования и эксперимента в исследовании массовой коммуникации. Метод контент-анализа продукции масс-медиа. Метод фокус-групп в исследовании массовой коммуникации. Методы дискурс-анализа, ивент-анализа и интент-анализа в исследованиях массовой коммуникации. Условия подбора выборки для проведения исследования массовой коммуникации.

Тема 2. Специфика изучения и исследования психологических явлений в массовой коммуникации.



Структура массовой коммуникации. Непосредственный коммуникативный контакт. Ролевые позиции «источника» и «приемника» информации. Интерактивная модель коммуникации: массовый коммуникатор и аудитория массовой коммуникации. Особенности мышления и анализа сообщения в массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в формировании образа мира человека. Роль «интереса» в массовой коммуникации.

Тема 3. Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации.

Семиотика как наука о знаковых системах. Проблема значения и знака по Ф.Соссюр. Треугольная модель знака Ч. С. Пирса. Основы процедуры семиотического анализа. Полисемичность текста МК. Факторы, влияющие на восприятие информации: деятельностный статус личности, социокультурный статус личности. Управление вниманием реципиента. Предиспозиционные факторы по Е.П. Прохорову. Факторы восприятия медийных текстов.

Тема 4. Методы исследования в психологии массовой коммуникации.

Цели социально-психологического исследования массовой коммуникации. Методы опроса, наблюдения, тестирования и эксперимента в исследовании массовой коммуникации. Метод контент-анализа продукции масс-медиа. Метод фокус-групп в исследовании массовой коммуникации. Методы дискурс-анализа, ивент-анализа и интент-анализа в исследованиях массовой коммуникации. Условия подбора выборки для проведения исследования массовой коммуникации.

Тема 5. Массовая коммуникация как разновидность социального поведения людей.

Влияние массовой коммуникации на социальное поведение людей. Непрямой коммуникативный контакт: циркуляция информации в социальной среде. Уровень мифов и массовых представлений. Массовая коммуникация как часть социального поведения современного пользователя.

Тема 6. Социальное познание в массовой коммуникации.

Социальное познание: роль «Я» концепции. Связь социального познания с процессом самораскрытия. Самопрезентация в массовой коммуникации.

Тема 7. Реклама как средство психологического воздействия.

Реклама как особый вид коммуникации. Классификация методов психологического воздействия на поведение потребителей: виды, способы, этапы.



Психология бренда и имиджа как основ рекламного обращения. Психологические средства рекламы. Реклама как коммуникативный акт: коммуникатор и аудитория в рекламе.

Тема 8. Проблема психологической безопасности СМИ.

Принцип корректности подачи информации СМИ как условие снижения риска негативного влияния. Рекламное воздействие как фактор угрозы психологической безопасности личности. Критерии психологической безопасности продукции масс-медиа. Основные стратегии минимизации рисков негативного влияния СМИ.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1		13	6	2	4	7
2	Специфика изучения и исследования психологических явлений в массовой коммуникации.	13	6	2	4	7
3	Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации.	13	6	2	4	7
4	Методы исследования в психологии массовой коммуникации.	13	6	2	4	7
5	Массовая коммуникация как разновидность социального поведения людей.	13	6	2	4	7
6	Социальное познание в массовой коммуникации.	13	6	2	4	7
7	Реклама как средство психологического воздействия.	13	6	2	4	7



п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
8	Проблема психологической безопасности СМИ.	17	8	2	6	9
В целом по дисциплине		108	50	16	34	58



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	Создание персонального эмоционального словаря. Выражение, представленность и осознанность эмоций Эмоциональный интеллект и современные тренды брендинга. Создание мотивационного послания в рекламных сообщениях. Роль глубинных установок при сознании мотивационного сообщения.	Индивидуальная диагностика. Обсуждение, решение кейсов.
Специфика изучения и исследования психологических явлений в массовой коммуникации.	Специфика изучения и исследования психологических явлений в массовой коммуникации на примере кейсов. С помощью контрольных вопросов осуществляется аналитический разбор и публичное обсуждение кейсов, выданных преподавателем. Кейсы представляют собой описание события, явления, кампании, процессов массовой коммуникации. Контрольные вопросы: 1) Кто является участником взаимодействия? 2) В чем заключается основной посыл мессенджа? 3) Какие социально-психологические феномены можно наблюдать на примере данного случая? 4) Какие психологические закономерности наблюдаются в данном кейсе?	Решение кейсов, обсуждение.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации.	Анализ полисемантического понимания смысла теста СМИ. Коммуникативные паттерны и траектории на семиотических картах. Разбор рекламного послания на трех уровнях: вербальный, визуальный, поведенческий. Парадигматическая и нарративная структуры текста.	Анализ кейсов, обсуждение.
Методы исследования в психологии массовой коммуникации.	Специфика применения методов исследования в психологии массовой коммуникации. Создание батареи методов исследования особенностей восприятия визуальной рекламы. Разработка схемы анализа изучения эффективности продуктов деятельности СМИ.	Анализ продуктов деятельности СМИ
Массовая коммуникация как разновидность социального поведения людей.	Использование мифа как средства управления мнением и поведением в массовой коммуникации. Анализ примеров просоциальных он-лайн практик как социального поведения в массовой коммуникации.	Анализ продуктов деятельности СМИ. Решение кейсов, обсуждение.
Социальное познание в массовой коммуникации.	Роль социального сравнения в процессах потребления продуктов массовой коммуникации. Отличительные особенности процессов самораскрытия и самопрезентации в каналах массовой коммуникации.	Дискуссия. Решение кейсов, обсуждение.
Реклама как средство психологического воздействия.	Сравнительный анализ рекламы 1990х, 2000х, 2010х и 2020х гг. Сходства и отличия в выборе средств привлечения внимания потребителя, выбор методов и стратегий влияния.	Решение кейсов, обсуждение.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Проблема психологической безопасности СМИ.	Разработка критериев безопасности медийного контента с возрастной маркировкой 6+, 12+, 18+.	Веб-квест. Экспертиза продуктов СМИ. Разработка кейсов.



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
	Формы мышления – понятия, суждения, умозаключения, их роль в процессе взаимодействия с массовой коммуникацией. Понятие эмоций и чувств, их значение в процессе взаимодействия с продуктами масс-медиа. Просоциальные мотивы, их использование и распространённость в современных масс-медиа.	Работа с рекомендованной литературой
Специфика изучения и исследования психологических явлений в массовой коммуникации.	Особенности мышления и анализа сообщения в массовой коммуникации. Роль массовой коммуникации в формировании образа мира человека.	Работа с рекомендованной литературой
Механизмы и способы восприятия, анализа сообщений в массовой коммуникации.	Полисемичность текста МК. Управление вниманием реципиента. Факторы восприятия медийных текстов.	Анализ продуктов деятельности массовой коммуникации.
Методы исследования в психологии массовой коммуникации.	Методы дискурс-анализа, ивент-анализа и интент-анализа в исследованиях массовой коммуникации.	Работа с рекомендованной литературой
Массовая коммуникация как разновидность социального	Массовая коммуникация как часть социального поведения современного пользователя.	Анализ продуктов деятельности в социальных сетях.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
поведения людей.		
Социальное познание в массовой коммуникации.	Самопрезентация в массовой коммуникации.	Анализ профилей пользователей в распространенных социальных сетях.
Реклама как средство психологического воздействия.	Психология бренда и имиджа как основ рекламного обращения.	Работа с рекомендованной литературой. Анализ продуктов деятельности СМИ.
Проблема психологической безопасности СМИ.	Рекламное воздействие как фактор угрозы психологической безопасности личности.	Анализ продуктов деятельности массовой коммуникации.



6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Домашнее творческое задание представляет собой работу исследовательского характера. Целью выполнения домашнего творческого задания является подготовка студента к созидательной, исследовательской деятельности практического характера, а также формирование навыков экспертной деятельности.

Домашнее творческое задание выполняется как индивидуально, так и в составе группы до 5 человек.

ДТЗ по дисциплине предполагает проведение экспертизы интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности с целью оценки рисков и психологической безопасности.

В качестве медиапродукта для реализации экспертизы могут быть выбраны:

- Контекст отдельных пользователей-инфлюэнсеров в социальных сетях.
- Контекст отдельных компаний в социальных сетях.
- Медиа-активность информационных агентств.
- Медиа-арт продукт (цифровое искусство, иммерсивные инсталляции, видеоигры и т.п.).

Студент может предложить собственную идею медиапродукта по согласованию с руководителем.

Экспертиза содержания медиаконтента, реализуемая в рамках ДТЗ должна включать в себя следующие структурные элементы:

- 1) Описание актуальности темы, ее цели и задачи;
- 2) Описание исследовательской процедуры психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического и психосемиотического анализа при реализации экспертизы медиаконтента.
- 3) Анализ соответствия контента принципу корректности изложения (соответствие законодательству РФ, соответствие этике как системе принятых социальных и моральных норм).
- 4) Анализ соответствия сохранения психологической безопасности человека (отсутствие или наличие признаков психологической угрозы: эксплуатация витальных потребностей с выраженным негативным психологическим эффектом; навязывание новых ценностей, приводящих к нарушению системы базисных ценностей; отделение порога критичности в отношении содержания и коммуникативного намерения источника воздействия; преобладание эмоциональной составляющей сообщения; сознательное снижение возможности рационального осмысления содержания контента; использование приемов, сильных по эффективности своим содержанием; использование оскорбительных сюжетов, образов, циничной лексики; использование каналов принудительной коммуникации).



Вопросы и задания для текущего контроля

- 1) Назовите основные структурные компоненты информационно-коммуникативного процесса.
- 2) Перечислите психологические барьеры, которые могут возникать в процессе взаимодействия с продуктами массовой коммуникации.
- 3) Опишите специфику ролевых позиций «источника» и «приемника» информации в массовой коммуникации.
- 4) Назовите основные методы исследования в психологии массовой коммуникации.
- 5) Опишите основные особенности использования метода тестирования в психологии массовой коммуникации.
- 6) Опишите основные особенности использования метода дискурс-анализ в психологии массовой коммуникации.
- 7) Как меняется модель коммуникатор-рециент в массовой коммуникации с цифровизацией массовой коммуникации?
- 8) Дайте характеристику такой просоциальной практике в массовой коммуникации как краудсорсинг.
- 9) Какие основные особенности есть у процесса самораскрытия, если речь идет о его использовании в массовой коммуникации.
- 10) Чем отличается самопрезентация людей, которые общаются в социальных сетях и тех, кто общается лично? Какие психологические факторы влияют на это отличие?
- 11) Психологические исследования рекламы как самостоятельная отрасль.
- 12) «Честная реклама» Д. Пауэрса – раскройте особенности подхода специалиста, его вклад в индустрию рекламы.
- 13) Назовите виды психологического воздействия, раскройте их особенности.
- 14) Охарактеризуйте современный этап развития рекламы, в чем отличия digital-рекламы от рекламы других периодов?
- 15) Назовите компоненты психического функционирования, на которые оказывается психологическое воздействие рекламы.
- 16) Назовите основные стратегии минимизации рисков негативного влияния рекламной продукции

Тесты для текущего контроля

1. Что является специфической характеристикой тестового метода в исследовании массовой коммуникации?
 - наличие "норм", с которыми сравниваются полученные данные
 - высокая скорость процедур



- объективность

2. Феномен групповой фасилитации подразумевает ...

·повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа другого человека (или группы людей), выступающего в качестве соперника

·повышение скорости или продуктивности деятельности индивида вследствие актуализации в его сознании образа другого человека (или группы людей), выступающего в качестве наблюдателя за действиями данного индивида

·процесс оказания помощи группе в выполнении задачи, решении проблемы или достижения соглашения к взаимному удовлетворению участников

3. Эффект, активизирующий привычные когнитивные структуры потребителя медиа-продукции, называется:

- эффект Барнума
- эффект реактенса
- след памяти
- прайминг

Дополнительная информация

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры психологии и развития человеческого капитала.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ОПК-6. Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям,	Демонстрирует знание о принципах, методах и стратегиях просветительских и профилактических мероприятий в деятельности практического психолога.	Знать: основные принципы, методы и стратегии просветительских и профилактических мероприятий в деятельности практического психолога. Уметь: организовывать и проводить профилактические мероприятия психологи-	- используя знания в области психологии, подберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. - проведите мониторинговые процедуры по выявлению потребностей и запросов своей аудитории. - организуите информационно-образовательное мероприятие или просветительскую программу по выбранной вами проблематике.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
практике и услугам		ческой направленности.	
	Использует психологические и информационно-коммуникационные технологии для мониторинга потребностей и запросов целевой аудитории.	Знать: психологические и информационно-коммуникационные технологии используемые для мониторинга потребностей и запросов целевой аудитории. Уметь: организовывать мониторинговые процедуры по выявления потребностей и запросов целевой аудитории.	· используя знания в области психологии, выберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. · проведите мониторинговые процедуры по выявления потребностей и запросов своей аудитории.
	Распространяет, разъясняет и популяризирует функциональные знания в области психологии, необхо-	Знать: процедуры разъяснения и популяризации знаний в области психологии, необходимые людям	· используя знания в области психологии, выберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	димые людям в повседневной жизнедеятельности.	в повседневной жизнедеятельности. Уметь: использовать коммуникативные техники для проведения разъяснения и популяризации знаний в области психологии, необходимые людям в повседневной жизнедеятельности.	организуите информационно-образовательное мероприятие или просветительскую программу по выбранной вами проблематике.
	Организует информационно-образовательные мероприятия по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг.	Знать: процедуру организации информационно-образовательных мероприятий по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг.	· используя знания в области психологии, подберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. организуите информационно-образовательное мероприятие или просветительскую программу по выбранной вами проблематике.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		ческих услуг. Уметь: проводить информационно-образовательные мероприятия по целенаправленному расширению осведомленности граждан в вопросах оказания психологических услуг.	
	Разрабатывает и реализует просветительские и профилактические программы, включая подготовку сообщений для средств массовой информации и использования ресурсов социальных сетей, с целью повышения	Знать: принципы разработки сообщений для средств массовой информации, использования ресурсов социальных сетей, с целью повышения уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий	· используя знания в области психологии, выберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. · проведите мониторинговые процедуры по выявлению потребностей и запросов своей аудитории.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий личности.	личности. Уметь: организовывать просветительские и профилактические программы, включая подготовку сообщений для средств массовой информации и использования ресурсов социальных сетей, приглашение спикеров-экспертов с целью повышения уровня психологической культуры общества и предупреждения аномалий личности.	
	Использует стандартные методы и технологии работы практи-	Знать: стандартные методы и технологии работы практиче-	· используя знания в области психологии, подберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвя-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	ческого психолога для сохранения и укрепления психологического здоровья целевой аудитории, а также по минимизации влияния негативных явлений.	ского психолога для сохранения и укрепления психологического здоровья целевой аудитории, а также по минимизации влияния негативных явлений. Уметь: применять методы и технологии работы практического психолога в реализации просветительских и профилактических программ, направленных на сохранение и укрепление психологического здоровья целевой аудитории, а также минимизацию	ценной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. организуите информационно-образовательное мероприятие или просветительскую программу по выбранной вами проблематике.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		влияния негативных явлений.	
	Применяет технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.	Знать: технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения. Уметь: применять на практике технологии работы с информационными сетями, основным программным обеспечением, необходимым для	· используя знания в области психологии, подберите тему для проведения информационного мероприятия или просветительской программы для широкой аудитории, посвященной навыкам повышения благополучия населения в повседневной жизнедеятельности. · проведите мониторинговые процедуры по выявлению потребностей и запросов своей аудитории. организуите информационно-образовательное мероприятие или просветительскую программу по выбранной вами проблематике.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		проведения мониторинга психологической безопасности и комфортности среды проживания населения.	
ПКП-3. Способен к психологической экспертизе интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности с целью оценки рисков и психологической безопасности	Демонстрирует знание теории, технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психо-семиотического) анализа социальных текстов, включая интернет-контент, тексты средств массовой информации и виртуальной реальности.	Знать: теории, технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психо-семиотического) анализа социальных текстов, включая интернет-контент, тексты средств массовой информации и виртуальной реальности. Уметь: применять	1. Кейс: Проанализируйте коммуникативные паттерны и траектории на семиотических картах рекламного послания. Разбор на трех уровнях: вербальный, визуальный, поведенческий. 2. 1) Отберите медиапродукты адекватные целям психологической экспертизы безопасности СМИ. 2) Проведите психолингвистический, психосемантический, психогерменевтический и психо-семиотический анализ при реализации экспертизы медиаконтента в рамках реализации ДТЗ.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		технологии и методики психологического (психолингвистического, психосемантического, психогерменевтического, психосемиотического) анализа при реализации экспертизы интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.	
	Отбирает методы и методики оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности, адекватные	Знать: принципы отбора текстов средств массовой информации и виртуальной реальности, адекватные целям психологического анализа.	1. Кейс: Проанализируйте коммуникативные паттерны и траектории на семиотических картах рекламного послания. Разбор на трех уровнях: вербальный, визуальный, поведенческий. 2. 1) Отберите медиапродукты адекватные целям психологической экспертизы безопасности СМИ.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	целям психологического анализа.	Уметь: применять принципы отбора текстов средств массовой информации и виртуальной реальности при проведении экспертизы интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.	2) Проведите психолингвистический, психосемантический, психогерменевтический и психосемиотический анализ при реализации экспертизы медиаконтента в рамках реализации ДТЗ.
	Использует методики анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности.	Знать: актуальные методики анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности. Уметь: применять актуальные методики	1. Кейс: Проанализируйте коммуникативные паттерны и траектории на семиотических картах рекламного послания. Разбор на трех уровнях: вербальный, визуальный, поведенческий. 2. 1) Отберите медиапродукты адекватные целям психологической экспертизы безопасности СМИ. 2) Проведите психолингвистический, психосемантический, психогерменевтический и психосемиотический анализ при реализации экспертизы медиаконтента в рамках реали-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		анализа и оценки интернет-контента, текстов средств массовой информации и виртуальной реальности при организации экспертной деятельности.	зации ДТЗ.



Примеры практико-ориентированных заданий

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Ощущение, восприятие, память и мышление в процессе коммуникации.
2. Свойства внимания: устойчивость, сосредоточенность, переключаемость, распределение, объем в процессе взаимодействия с продуктами масс-медиа.
3. Формы мышления – понятия, суждения, умозаключения, их роль в процессе взаимодействия с массовой коммуникацией.
4. Понятие эмоций и чувств, их значение в процессе взаимодействия с продуктами масс-медиа.
5. Потребности и мотивация в процессе взаимодействия со СМИ.
6. Просоциальные мотивы, их использование и распространенность в современных масс-медиа.
7. Структура массовой коммуникации. Ролевые позиции «источника» и «приемника» информации.
8. Интерактивная модель коммуникации: массовый коммуникатор и аудитория массовой коммуникации. Особенности мышления и анализа сообщения в массовой коммуникации.
9. Роль массовой коммуникации в формировании образа мира человека.
10. Семиотика как наука о знаковых системах. Основы процедуры семиотического анализа.
11. Факторы, влияющие на восприятие информации: деятельностный статус личности, социокультурный статус личности. Предиспозиционные факторы по Е.П. Прохорову.
12. Методы опроса, наблюдения, тестирования и эксперимента в исследовании массовой коммуникации.
13. Метод контент-анализа продукции масс-медиа. Метод фокус-групп в исследовании массовой коммуникации.
14. Методы дискурс-анализа, ивент-анализа и интент-анализа в исследованиях массовой коммуникации.
15. Непрямой коммуникативный контакт: циркуляция информации в социальной среде. Уровень мифов и массовых представлений.
16. Социальное познание: роль «Я» концепции.
17. Классификация методов психологического воздействия на поведение потребителей: виды, способы, этапы.
18. Психология бренда и имиджа как основ рекламного обращения.



19. Принцип корректности подачи информации СМИ как условие снижения риска негативного влияния. Рекламное воздействие как фактор угрозы психологической безопасности личности.

20. Критерии психологической безопасности продукции масс-медиа. Основные стратегии минимизации рисков негативного влияния СМИ.





8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для вузов / Н. В. Антонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535832> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.
2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543101> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.
3. Нуркова, В. В. Общая психология : учебник для вузов / В. В. Нуркова, Н. Б. Березанская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 514 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16738-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535398> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.
4. Психология массовой коммуникации и рекламы: учебник для бакалавриата / О.С. Маркина, С.В. Молчанов, Н.Н. Поскребышева [и др.]; Финуниверситет. — Москва: Прометей, 2023. — 346 с.: ил. — Текст : непосредственный.

Дополнительная литература:

1. Евгеньева, Т. В. Психология массовой политической коммуникации : учебник и практикум для вузов / Т. В. Евгеньева, А. В. Селезнева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15715-4. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539631> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.
2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539467> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.
3. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество – СМИ – власть: учебник / А. Г. Киселёв. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 431 с. – ISBN 978-5-238-01742-6. – ЭБС Университетская библиотека online. – URL:



<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691915>; ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028771> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст: электронный.

4. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535648> (дата обращения: 04.03.2024). — Текст : электронный.

Нормативные правовые акты:

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <https://org.fa.ru>
4. • Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
5. • Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
6. 7. Электронные ресурсы БИК:
7. 6. Российская государственная библиотека: <http://rsl.ru/>;
8. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
9. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
10. • Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
11. • Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
12. • Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
13. • Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
14. • Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
15. • Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
16. • Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>



10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам следует руководствоваться «Методическими рекомендациями по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» (Приказ ректора № 1040_о от 11.05.2021) и данной рабочей программой дисциплины.



11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Astra Linux
3. Libre Office

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.