

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 29.05.2023 11:54:49
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 Методы воздействия в массовых коммуникациях

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама

(наименование (специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» является формирование у студентов индикаторов компетенций, предполагающих изучение методов воздействия в рекламе и связях с общественностью, психологических моделей и закономерностей построения коммуникационных процессов и формирование навыков их использования в рекламе и связях с общественностью для проведения внутрикорпоративных и внешних специальных мероприятий, продвижения товаров и услуг и оценке эффективности рекламной и PR-деятельности.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания курса решаются следующие задачи:

- сформировать системные знания в области психологического воздействия и массовой коммуникации;
- изучить основные методы воздействия в массовой коммуникации;
- рассмотреть современные психологические модели коммуникации;
- сформировать системные знания закономерностей построения коммуникационных процессов;
- сформировать навыки успешного продвижения товаров и услуг посредством повышения эффективности воздействия рекламы на представителей целевой аудитории;
- сформировать навыки оценки степени воздействия на реципиента;
- сформировать навыки разработки рекомендаций по усилению основных детерминант коммуникативной эффективности информационного сообщения;
- сформировать навыки устранения возможных социально-психологических барьеров, возникающих в процессе восприятия потребителем информационного сообщения;
- сформировать навыки эффективного воздействия на потребителей в процессе организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью сообщения.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или)	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» является дисциплиной по выбору и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений – дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)	Основы дизайна, Иностранный язык	Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Философия, Имидж территорий	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская), Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр						
		1	2	3	4	5	6	7
Контактная работа, ак.ч.	34			34				
В том числе								
Лекции (ЛК)	17			17				
Лабораторные работы (ЛР)	-			-				
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17			17				
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	101			101				
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	9			9				
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.			144				
	зач.ед.			4				

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		3	...	7	8
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34	34			
в том числе:					
Лекции (ЛК)	17	17			
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17			
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	92	92			
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18	18			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144		
	зач.ед.	4	4		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Психологические модели массовой коммуникации	Тема 1.1. Основные модели массовой коммуникации и их эффективность. Соотношение понятий «экономическая эффективность», «социальная эффективность», «коммуникативная эффективность» и «психологическая эффективность» массовой коммуникации. Основные виды психологических моделей массовой коммуникации. Специфические признаки психологических моделей массовой коммуникации и их сравнительный анализ. Структурно-динамическая модель рекламной коммуникации. Интегрированная психологическая модель массовой коммуникации.	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Критерии коммуникативной и социальной эффективности массовой коммуникации. Определение понятий социальная и коммуникативная эффективность массовой коммуникации. Критерии социальной эффективности массовой коммуникации: оценка правильности выбора целевой аудитории; степень соответствия содержания информационного сообщения нормам и ценностям целевой аудитории; уровень значимости рассматриваемой проблемы для общества и государства. Критерии коммуникативной эффективности	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>массовой коммуникации: индекс осведомлённости, узнавание (воспроизведение), распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила. Методика оценки степени социальной и коммуникативной эффективности информационного сообщения.</p>	
	<p>Тема 1.3. Критерии психологической эффективности массовой коммуникации Определение понятия «психологическая эффективность» информационного сообщения. Критерии психологической эффективности информационного сообщения: психологическое отношение (когнитивный, аффективный, конативный компонент), доверие (надежность, единство, предсказуемость), информационоспособность сообщения (новизна, эстетичность, лаконичность, ассоциативность, концентрация на одной идее, цельность аудитории целевого воздействия, способность привлекать и удерживать внимание, доступность для восприятия и запоминаемость, требование потребительского вовлечения. Методика оценки степени психологической эффективности информационного сообщения.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 1.4. Психологические закономерности восприятия потребителем информационного сообщения. Личностные и стимульные детерминанты привлечения внимания к информационному сообщению, понимание информационного сообщения, интерес к информационному сообщению, доверие к коммуникатору, запоминание информационного сообщения.</p>	ЛК, СЗ
Раздел 2. Методы воздействия в массовой коммуникации	<p>Тема 2.1. Механизм психологического воздействия в коммуникационном процессе. Основные этапы механизма психологического воздействия в коммуникационном процессе. Соотношение этапов механизма психологического воздействия с ответными психологическими реакциями целевой аудитории.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Убеждающее воздействие в массовой коммуникации. Специфика убеждающего воздействия в</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	массовой коммуникации, условия его эффективности. Критерии убедительности аргументации. Проблема построения рациональной аргументации. Эмоционально-рациональный баланс маркетингового сообщения. Реализация принципов убеждающего воздействия в теории «Уникального торгового предложения» (УТП).	
	Тема 2.3. Суггестивное воздействие в массовой коммуникации. Специфика суггестивного воздействия в массовой коммуникации. Актуализация проблемы суггестии в массовой коммуникации. Психофизиологические и психологические детерминанты социальной суггестии. Основные методы суггестивного воздействия, реализуемые в системе массовых коммуникаций.	ЛК, СЗ
	Тема 2.4. Цветовоздействие в массовой коммуникации. Понятие степени воздействия в массовой коммуникации. Основные содержательные элементы степени воздействия в массовой коммуникации. Методика оценки степени воздействия в массовой коммуникации.	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учебное пособие / Г. П. Бакулев. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104042>

Дополнительная литература:

1. Кудрявцева М.Е. Психология творчества в массовой коммуникации : учебное пособие / М. Е. Кудрявцева. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 137 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219>

2. Романов А.А. Массовые коммуникации: учебно-практическое пособие : учебное пособие / А. А. Романов. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 175 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93162>

3. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Методы воздействия в массовых коммуникациях» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений,

навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=304563>

РАЗРАБОТЧИКИ:

**Заведующая кафедрой рекламы и
бизнес-коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Кафедра рекламы и бизнес-
коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой рекламы и
бизнес-коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.