

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.06.2022 12:45:28
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.02.11 Психология управления коммуникациями

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

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

Рекламный менеджмент

(наименование (специализация) ОП ВО)

2022 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями» является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие:

1) ознакомиться с закономерностями воздействия классических (печати, радио, телевидения) и современных (локальных сетей и глобальной сети Интернет) средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение человека;

2) сформировать навыки анализа конкретных ситуаций воздействия классических и современных средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение человека;

3) сформировать навыки проведения психологических исследований в области массовой коммуникации;

4) сформировать навыки воздействия на представления, эмоции и поведение человека с помощью классических и современных средств массовой коммуникации.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями» 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)
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;
		УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;
		УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;
		УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
		УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
		УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	достижения поставленной цели	<p>людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p>
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	<p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.</p> <p>ОПК-7.2. Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.</p> <p>ОПК-7.3. Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности</p>
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)	<p>ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства</p> <p>ПКО-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО вариативного компонента.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями».

Рабочая программа дисциплины Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями» 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*
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	Маркетинговые исследования В2В - В2С рынков, Управление медиамиксом, Клиентский сервис, Имидж территорий	Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	Преддипломная практика
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR, Создание маркетингового контента	Преддипломная практика
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	Преддипломная практика

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	связей с общественностью (ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации)		

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.02.11 «Психология управления коммуникациями» составляет 2 зачетных единицы.

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	54			54	
Лекции (ЛК)	18			18	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36			36	
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	9			9	
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	9			9	
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72		72	
	зач.ед.	2		2	

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	144	36	36	36	36
в том числе:					
Лекции (ЛК)	36	9	9	9	9
Лабораторные работы (ЛР)	36	9	9	9	9
Практические/семинарские занятия (СЗ)	72	18	18	18	18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	252	72	54	72	54
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36	-	18	-	18

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
			1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
			1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.		72	16	20	16	20
в том числе:						
Лекции (ЛК)		16	8	-	8	-
Лабораторные работы (ЛР)		20	-	10	-	10
Практические/семинарские занятия (СЗ)		36	8	10	8	10
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		324	92	70	92	70
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.		36	-	18	-	18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	432	108	108	108	108
	зач.ед.	12	3	3	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Введение в психологию массовых коммуникаций	Тема 1.1. Подходы к изучению массовой коммуникации Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица». Многоступенчатое влияние массовой коммуникации. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.). Массовая коммуникация как форма двухстороннего	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	общения: теории «дефицита» и «возможностей»; теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.	
Раздел 2. Психология массовых коммуникаций: основные закономерности	<p>Тема 2.1. Массовая коммуникация как источник информации</p> <p>Новости как источник информации о событиях: определение и виды новостных сообщений; особенности событий, которые становятся тяжелыми новостями. Интерпретация событий в новостях: избирательное описание событий, расположение новости в блоке, выбор источника информации, выбор аспектов события, выбор точки зрения, описание участников событий, связь с другими событиями, визуальные изображения. Направления влияния новостей: обращение внимания на событие, запоминание информации, оценка важности события (проблемы), размышление над сообщением, эмоциональное состояние, отношение к способам решения проблемы. Избирательность в восприятии новостей: роль эмоций и представлений. Эффект «восприятия предубежденности новостей»: определение, механизмы, условия.</p>	ЛК, СЗ
	<p>Тема 2.2. Массовая коммуникация как средство убеждения</p> <p>Убеждающая коммуникация: определение и стадии. Модель вероятности тщательной обработки и эвристико-систематическая модель: стратегии анализа убеждающего сообщения, факторы, способствующие выбору стратегий. Кампании социального маркетинга как пример убеждения в массовой коммуникации: определение и направления воздействия, препятствия для кампаний, условия эффективности кампаний.</p> <p>Влияние коммуникатора на исход убеждения: компетентность, искренность, привлекательность, «спящий эффект».</p> <p>Влияние сообщения на исход убеждения: сложность и последовательность аргументов, форма описания,</p>	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>фреймирование, серьезность требований, развлекательные элементы, реакция окружающих. Влияние аудитории на исход убеждения: прямое воздействие (истощение, потеря контроля, самоподтверждение) и опосредованное влияние (потребность в отношениях, фокус саморегуляции)</p>	
	<p>Тема 2.3. Обучение в массовой коммуникации Влияние детских образовательных телевизионных передач на когнитивные навыки и знания о мире. Влияние развлекательных компьютерных игр на когнитивные навыки. Виды и влияние серьезных компьютерных игр на когнитивные, личностные и профессиональные навыки. Виды и влияние онлайн курсов на знания. Мультиаскинг как помеха для обучения.</p>	
	<p>Тема 2.4. Социальное познание в массовой коммуникации Социальное познание – формирование Я-концепции и впечатления о других людях. Социальное сравнение как механизм формирования Я-концепции: определение и стратегии. Условия и последствия социального сравнения в онлайн коммуникации; частный случай - влияние стройных и мускулистых моделей в массовой коммуникации. Самораскрытие: определение и параметры; степень самораскрытия в онлайнкоммуникации. Самопрезентация: определение и стратегии; условия и последствия избирательной позитивной самопрезентации в онлайн коммуникации. Приписывание черт в онлайн коммуникации; показатели и точность распознавания личностных черт пользователей социальных сетей. Определение и условия симпатии в онлайн коммуникации</p>	
	<p>Тема 2.5. Массовая коммуникация и психологическое состояние аудитории Влияние драматических и пугающих сообщений на эмоциональное состояние аудитории; копинг-стратегии совладания с негативными эмоциями. Выбор эмоционально нагруженных сообщений. Парасоциальные отношения в массовой коммуникации: определение, условия,</p>	

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>последствия. Двухсторонние отношения в социальных сетях. Онлайн коммуникация как расширение возможностей и компенсация ограничений. Позитивные и негативные психологическое последствия коммуникации в социальных сетях. Социальный капитал в онлайн коммуникации: определение, виды, последствия. Романтические отношения в социальных сетях: презентация, сохранение и разрыв офлайн отношений</p>	
	<p>Тема 2.6. Влияние массовой коммуникации на социальное поведение Определение и виды агрессии; общая модель агрессии. Направления влияния агрессивных телевизионных сообщений и компьютерных игр на эмоции, когниции и поведение аудитории. Ограничение влияния агрессивных сообщений. Условия влияния агрессивных сообщений. Определение и виды помощи. Направление влияния просоциальных телевизионных сообщений и компьютерных игр на эмоции, когниции и поведение аудитории. Условия влияния просоциальных сообщений Определение и виды «откровенно сексуальных» материалов. Направления влияния развлекательных сексуальных материалов на сексуальные отношения и агрессию</p>	
	<p>Тема 2.7. Массовая коммуникация как платформа для социального взаимодействия Определение и виды кибербуллинга. Индивидуальные и социальные «факторы риска» кибербуллинга. Последствия кибербуллинга для жертв. Роль свидетелей кибербуллинга. Психологические программы для уменьшения кибербуллинга. Виды помогающего поведения в Интернете. Определения и условия психологической поддержки. Определение и условия бесплатного распространения знаний. Определение секстинга. Мотивация и условия секстинга. Последствия секстинга</p>	
	<p>Тема 2.8. Рабочие группы в массовой коммуникации Определение виртуальных групп. Психологические механизмы вынесения групповых решений. Качество групповой дискуссии и группового решения в</p>	

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	виртуальных группах. Условия эффективности виртуальных групп. Эффекты групповой дискуссии в виртуальных группах: социальная лень, предпочтение общеизвестной информации, конформизм, групповая поляризация. Мозговой штурм в виртуальных группах.	

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 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).

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
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. Мандель Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847>
2. Никулина С.А. Психология массовой коммуникации: учебное пособие / С. А. Никулина. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 170 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650>. – ISBN 978-5-4458-8658-7. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Коваленко И.В. Искусство социальных отношений. Модели взаимодействия в менеджменте: учебно-методический комплекс по дополнительной образовательной программе / И.В. Коваленко. - Электронные текстовые данные. – М.: РУДН, 2020. - 84 с.
2. Кузьмина Е.Г. Деловая культура и психология управления : учебное пособие : [16+] / Е. Г. Кузьмина, Н. В. Бубчикова. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2020. – 250 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562629>
3. Оришев А. Б. «Черные коммуникации»: как управляют массовым сознанием / А. Б. Оришев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 312 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485123>

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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

1. Курс лекций по дисциплине «Психология управления коммуникациями».

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 «Психология управления коммуникациями» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой
рекламы и бизнес-
коммуникаций**



Трубникова Н.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.