

**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 МССН 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):**

---

**Связи с общественностью**

(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)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	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. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		<p>УК-1.5. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений;</p> <p>УК-1.6. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;</p> <p>УК-1.7. 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.</p>
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	<p>ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;</p> <p>ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического</p>

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

### 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
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Введение в специальность	Мировая экономика, Маркетинговые исследования
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	Основы менеджмента, Социология	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью, Психология рекламы и PR, Теория и практика массовой информации, Информационные технологии в рекламе и PR, Основы брендинга, 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
<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>	101			101				
<i>Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9			9				
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>144</b>		<b>144</b>				
	зач.ед.	<b>4</b>		<b>4</b>				

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			
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>144</b>	<b>144</b>		
	зач.ед.	<b>4</b>	<b>4</b>		

## 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 массовой коммуникации: индекс осведомлённости, узнавание (воспроизведение), распознаваемость, запоминаемость, притягательная сила, агитационная сила. Методика оценки степени социальной и коммуникативной эффективности информационного сообщения.	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. Критерии психологической эффективности массовой коммуникации. Определение понятия «психологическая эффективность» информационного сообщения. Критерии психологической эффективности информационного сообщения: психологическое отношение (когнитивный, аффективный, конативный)	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	компонент), доверие (надежность, единство, предсказуемость), информационная способность 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.	
	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.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Методы воздействия в массовой коммуникации	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.	ЛК, СЗ
	Тема 2.2. Убеждающее воздействие в массовой коммуникации. Специфика убеждающего воздействия в 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).	ЛК, СЗ
	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	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	воздействия, реализуемые в системе массовых коммуникаций.	
	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 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	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и	демонстрационное оборудование: мультимедийный



Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
обучающихся	консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	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](http://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/>

## 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**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.

### РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.