


АНО ВО «МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
 А.И. Ковалева
«22» октября 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

Б1.В.ОД.20

Направление подготовки – 42.03.02 «Журналистика»

**Профили подготовки – «Телерадиожурналистика»,
«Спортивная журналистика», «Международная журналистика»**

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Кафедра журналистики

Москва 2018

Рабочая программа дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика» и рабочими учебными планами, утвержденными ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Авторы: Артемов В. Л. – доктор исторических наук, профессор, профессор кафедры журналистики МосГУ

Акимова Е.М. – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры журналистики МосГУ

Коханая О. Е. – доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент, профессор кафедры журналистики МосГУ

Эксперты: Головин Ю.А. – доктор культурологии, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики Московского гуманитарного университета

Шкондин М. В. – доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории по изучению актуальных проблем журналистики кафедры периодической печати Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры журналистики «08» октября 2018 г., протокол № 2.

ОДОБРЕНО:

Методической комиссией факультета рекламы, журналистики и дизайна «12» октября 2018 г., протокол № 2.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - ознакомление студентов с процессами в массовом сознании, которые происходят под влиянием распространения информации по каналам массовых информационных потоков и которые определяют содержание и форму конечного эффекта их воздействия.

Основные задачи дисциплины:

1.1. Ознакомление студентов с понятиями коммуникация, общение, информация, общая и социальная психология, массовая информация, массовая и немассовая коммуникация, межличностное общение, виды массовой коммуникации, условия массовой коммуникации, особенности аудитории массовой коммуникации, барьеры массовой коммуникации, цепь массовой коммуникации, проблемы эффективности массовой коммуникации (эффект, эффективность, действенность).

1.2. Объяснение структуры и основных характеристик составных звеньев цепи массовой коммуникации:

- элементы цепи массовой коммуникации
- *источник* как носитель социального заказа, создатель и регулировщик («привратник») информационных потоков;
- *содержание* сообщения – условия и требования повышения эффективности массовой коммуникации;
- особенности отдельных *средств* массовой коммуникации, отражающиеся на эффективности массовых информационных потоков;
- информационная обстановка как фактор моделирования *содержания* и его психологического воздействия на аудиторию, ее ожидания и предрасположенность;
- *аудитория* как потребитель продуктов массовой коммуникации, ее социально-демографические составляющие, ожидания и предрасположенность, социально-психологические параметры аудитории, значение структуры личности. двуступенчатость потока информации, социальная группа, факторы группового давления, конформизм.

-Возможные *эффекты* массовой коммуникации: усиление, закрепление, конверсия.

1.3. Ознакомление с кумулятивными процессами, происходящими в аудитории массовой коммуникации в свете общепсихологических и социально-психологических закономерностей. Решающая роль социально-психологических установок и процесса стереотипизации мышления. Отношение как наиболее массовидный устойчивый продукт длительного воздействия массовой коммуникации (массовой информации).

2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» – дисциплина вариативной части блока 1 «Дисциплины» ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика».

Она базируется на знаниях студентов, полученных в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Основы теории журналистики» и «Система СМИ».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Психология массовых коммуникаций», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».

Процесс изучения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций:

а) общекультурные компетенции (ОК):

способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-3);

способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-7);

б) профессиональные компетенции (ПК):

способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ (ПК-3).

В результате освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» обучающийся должен знать:

- общие положения теории коммуникации;
- разделы общей и социальной психологии, имеющие непосредственное отношение к функционированию средств массовой информации;
- закономерности функционирования цепи массовой коммуникации;
- особенности и формы влияния отдельных звеньев цепи массовой коммуникации на ее конечный результат;
- общие положения теории эффективности массовой коммуникации.

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины «Психология массовых коммуникаций» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

4.1 Структура дисциплины

4.1.1 Для очной формы обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Всего часов</i>	<i>Семестр 5 час.</i>
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Занятия лекционного типа	18	18
Занятия семинарского типа	18	18
Самостоятельная работа (всего)	36	36
Вид промежуточной аттестации		зачет

4.1.2. Для заочной формы обучения

<i>Вид учебной работы</i>	<i>Всего часов</i>	<i>Семестр 5 час.</i>
Аудиторные занятия (всего)	8	8
Занятия лекционного типа	4	4
Занятия семинарского типа	4	4
Самостоятельная работа (всего)	64	64
Вид промежуточной аттестации		Зачет

4.2 Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1 Для очной формы обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
		Лекции		семинары			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема № 1. Информация. общение, коммуникация, массовая коммуникация	16	4	2	2	12	ОК-3 ОК-7
2	Тема № 2: Цепь массовой коммуникации	28	16	8	8	12	ОК-3
3	№ 3. Кумулятивный эффект факторов, участвующих в процессах массовой коммуникации	28	16	8	8	12	ПК-3

4.2.2 Для заочной формы обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа студента	
			Всего	в том числе			
		Лекции (всего/интеракт.)		Практич. занятия (всего/интеракт.)			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Тема № 1: Информация, общение, коммуникация, массовая коммуникация.	21	1	1		20	ОК-3 ОК-7
2	Тема № 2: Цепь массовой коммуникации	26	4	2	2	22	ОК-3
3	Тема № 3: Кумулятивный эффект факторов, участвующих в процессах массовой коммуникации	25	3	1	2	22	ПК-3

4.3 Содержание дисциплины

Тема № 1: Информация, общение коммуникация, массовая коммуникация.

Лекция № 1. Психология общая и социальная. Информация –массовая и немассовая. Общение. Коммуникация. Виды коммуникации. Межличностная коммуникация. Массовая коммуникация. Условия массовой коммуникации.

Тема № 2. Цепь массовой коммуникации

Лекция № 2. Свобода слова. Социальный заказ. Источник - «привратник» в потоке информации. Пропаганда – информирование – агитация. Правда всегда себя оправдывает.

Лекция № 3. Сообщение. Содержание и форма сообщения. Коммуникатор – лицо источника, носитель авторитета, престижа источника. Роль коммуникатора в создании доверия к источнику. Оценочные характеристики содержания как критерии эффективности массовой коммуникации.

Лекция № 4. Средства массовой коммуникации как звенья цепи массовой коммуникации. Особенности, достоинства и недостатки отдельных средств массовой коммуникации. Специфика психологического воздействия отдельных средств массовой коммуникации на эффективность массовой информации.

Лекция № 5. Аудитория потребителей продуктов средств массовой коммуникации. Особенности параметров аудитории средств массовой

коммуникации. Социально-демографические характеристики аудитории. Социально-психологические параметры аудитории – ожидания и атмосфера социума. Общественные настроения. Общественное мнение.

Тема № 3. Кумулятивный эффект факторов, участвующих в массовой коммуникации

Лекция № 6. Роль социальной группы в потреблении и усвоении массовой информации. Двуступенчатый поток информации. Лидеры мнения. От личного сознания к массовому.

Лекция №7. Структура личности и ее составляющие: ценности, нормы, знания, отношения. Самооценка личности. Чувство собственного достоинства. Роль и статус личности. Конформизм. Социальное мышление. Я-концепция. Мы-концепция. Они - концепция. Саморепрезентация. Убеждения и убеждаемость. Условия убеждаемости.

Лекция № 8. Установка и стереотип. Роль первой установки. Фиксированная установка. Поступки и установки. Взаимное влияние. Иерархия установок как основание стереотипа. Виды стереотипов. Социально-психологический стереотип – главный фактор формирования общественного сознания с помощью информационной политики.

Лекция № 9. Некоторые общепсихологические факторы, влияющие на эффективность журналистского текста. Привлечение, развитие и удержание внимания. Виды и основные свойства внимания. Восприятие. Главные свойства восприятия – предметность, константность, осмысленность. Апперцепция. Память. Виды памяти. Понимание, узнавание, запоминание, забывание. Роль предыдущего опыта.

5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся.

5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Компетенции, закреплённые за дисциплиной ОП ВО:

№	Шифр	Компетенция
1	ОК-3	способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности
2	ОК-7	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
3	ПК-3	способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами,

	стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ
--	---

Компетенция	Знать	Уметь	Владеть
ОК-3	Знать наиболее существенные проблемы современного мира и России, как отражаются они в системе СМИ	Уметь различать главное и второстепенное в выявлении и освещении СМИ главных проблем современности	Владеть навыками и средствами коммуникации, чтобы социально ответственно отражать осознаваемые проблемы
ОК-7	содержание разных видов профессиональной журналистской деятельности проектно-аналитической, редакторской, организационно-управленческой, производственно-технологической; сущность журналистской деятельности как многоаспектной; основы организации газетного производства, подготовки теле и радиопрограмм, веб-сайтов и новостных порталов	планировать график работы редакции, студии и индивидуальное рабочее время, активно участвовать в подготовке и выпуске учебных СМИ; выступать в роли автора и редактора газетных материалов, автора телесценария и радиопрограммы; анализировать и обсуждать результаты коллективной работы	соответствующими методами работы журналиста
ПК-3	систему жанров, жанровые признаки, коммуникативные и информативные возможности различных	осуществлять отбор релевантных жанровых форм для представления журналистской	навыками представления актуальной социальной информации в

форм журналистских текстов	информации	релевантных журналистских формах
----------------------------	------------	----------------------------------

Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме зачёта

№ п/п	Раздел рабочей программы дисциплины	Контролируемые компетенции	Оценочное средство
1.	Тема № 1. Информация. общение, коммуникация, массовая коммуникация	ОК-3 ОК-7	Вопросы теста № 1-5 Вопросы зачета № 1-10
2.	Тема № 2: Цепь массовой коммуникации	ОК-3	Вопросы теста № 6-13. Вопросы зачета № 11-20
3.	№ 3. Кумулятивный эффект факторов, участвующих в процессах массовой коммуникации	ПК-3	Вопросы теста № 13-20. Вопросы зачета № 21-30

5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

ОК-3 Способность использовать знания в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности			
ОК-3	Репродуктивный	Знать основы социальных наук и существенные проблемы современного мира и России. Уметь отбирать и оценивать публикации СМИ, понимать, как отражаются проблемы в системе СМИ Владеть навыками и средствами коммуникации, чтобы отражать осознаваемые проблемы в учебных СМИ.	удовлетворительно
	Поисковый	Знать основные положения общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности и постигать главные вызовы времени. Владеть методами анализа, навыками и средствами коммуникации, чтобы социально ответственно отражать осознаваемые проблемы	хорошо

	Творческий	<p>Знать новые достижения в области общегуманитарных социальных наук (социология, психология, культурология и других) в контексте своей социальной и профессиональной деятельности, особенности СМИ, отражающих наиболее острые проблемы современности, находящиеся на переднем крае информационной войны.</p> <p>Уметь отражать социальные процессы, отбирать и анализировать произведения разных стилей и методов.</p> <p>Владеть различными средствами коммуникации, разными журналистскими жанрами при оценке и освещении любых проблем современности художественных произведений.</p>	отлично
ОК-7 – способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия			
ОК-7	Репродуктивный	<p>Знать: содержание разных видов профессиональной журналистской деятельности; сущность журналистской деятельности как многоаспектной; основы организации газетного производства, подготовки теле и радиопрограмм.</p> <p>Уметь: планировать график работы редакции, студии и индивидуальное рабочее время.</p> <p>Владеть: методами работы журналиста.</p>	удовлетворительно
	Поисковый	<p>Знать: содержание разных видов профессиональной журналистской деятельности – проектно-аналитической, редакторской, организационно-управленческой, производственно-технологической; сущность журналистской деятельности как многоаспектной; основы организации газетного производства, подготовки теле и радиопрограмм, веб-сайтов и новостных порталов.</p> <p>Уметь: планировать график работы редакции, студии и индивидуальное рабочее время, активно участвовать в подготовке и выпуске учебных СМИ; анализировать и обсуждать результаты коллективной работы.</p> <p>Владеть: соответствующими методами работы журналиста.</p>	хорошо
	Творческий	<p>Знать: содержание разных видов профессиональной журналистской</p>	отлично

		<p>деятельности – проектно-аналитической, редакторской, организационно-управленческой, производственно-технологической; сущность журналистской деятельности как многоаспектной; основы организации газетного производства, подготовки теле и радиопрограмм, веб-сайтов и новостных порталов.</p> <p>Уметь: планировать график работы редакции, студии и индивидуальное рабочее время, активно участвовать в подготовке и выпуске учебных СМИ; выступать в роли автора и редактора газетных материалов, автора телесценария и радиопрограммы; анализировать и обсуждать результаты коллективной работы.</p> <p>Владеть: соответствующими методами работы журналиста.</p>	
<p>ПК-3– редакторская деятельность: способность анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов</p>			
ПК-3	Репродуктивный	<p>Знать: генезис газетного дела в России; особенности журналистской деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками производства газеты; особенности индивидуально-творческой (авторской) журналистской работы, ее задач и методов, технологии и технического сопровождения;</p> <p>Уметь: : планировать номер газеты, конвергентного новостного сайта в соответствии с актуальными текущими событиями, работать с источниками информации, используя разнообразные методы ее сбора, селекции и проверки.</p> <p>Владеть: анализом спектра газетных изданий, их слабых и сильных сторон, первоначальными навыками выпуска учебного СМИ.</p>	удовлетворительно
	Поисковый	<p>Знать: генезис газетного дела в России; особенности журналистской</p>	хорошо

		<p>деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками производства газеты; осознавать место газеты в системе СМИ; специфику и историческое изменение газетных жанров; особенности индивидуально-творческой (авторской) журналистской работы, ее задач и методов, технологии и технического сопровождения;</p> <p>Уметь: ; планировать номер газеты, конвергентного новостного сайта в соответствии с актуальными текущими событиями, работать с источниками информации, используя разнообразные методы ее сбора, селекции и проверки, находить злободневные темы, оперативно и в срок готовить журналистские материалы в разных жанрах, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства и принятыми в прессе форматами, стандартами и технологическими требованиями, редактировать и вносить корректорскую правку .</p> <p>Владеть: анализом спектра газетных изданий, их слабых и сильных сторон, первоначальными навыками выпуска учебного СМИ в объёме настоящей программы от планирования выпуска и сборки информации до подготовки конкретных материалов, предъявления их в тексте и визуальном контенте до редактирования и оценки готовых учебных СМИ.</p>	
	Творческий	Знать: генезис газетного дела в России; особенности журналистской	отлично

		<p>деятельности как многоаспектной, включающей подготовку собственных публикаций и работу с другими участниками производства газеты; осознавать место газеты в системе СМИ; специфику и историческое изменение газетных жанров; особенности индивидуально-творческой (авторской) журналистской работы, ее задач и методов, технологии и технического сопровождения; специфику журналистского текста, его содержательного и структурно-композиционного своеобразия;</p> <p>Уметь: планировать номер газеты, конвергентного новостного сайта в соответствии с актуальными текущими событиями, работать с источниками информации, используя разнообразные методы ее сбора, селекции и проверки, находить злободневные темы, оперативно и в срок готовить журналистские материалы в разных жанрах, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства и принятыми в прессе форматами, стандартами и технологическими требованиями, редактировать и вносить корректорскую правку, выступать с анализом номера газеты на редакционной летучке.</p> <p>Владеть: анализом спектра газетных изданий, их слабых и сильных сторон, первоначальными навыками выпуска учебного СМИ в объеме настоящей программы от планирования выпуска и сборы информации до подготовки конкретных материалов, предъявления их в тексте и</p>	
--	--	---	--

		визуальном контенте до редактирования и оценки готовых учебных СМИ.	
--	--	---	--

5.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по данной дисциплине

Задания (тесты) на проверку сформированности первого компонента компетенции – «знать»

Данные тестовые задания охватывают основной материал курса для бакалавров журналистов, отраженный в авторской рабочей программе по дисциплине «Психология массовых коммуникаций», в рамках которой, помимо лекционного материала дисциплины, указана обязательная и дополнительная литература. Они предназначены для обучения, самоподготовки студентов, рубежного (этапного) и итогового (зачет) контроля знаний.

Тесты представлены по 3 темам.

При использовании заданий в режиме контроля знаний важную роль играет фактор времени – одна минута (не более) на решение вопроса.

При желании или необходимости все задания могут быть введены в компьютер для создания обучающих или контрольных программ, включая тестовый экзамен.

Из предложенных вариантов выберите правильные:

№1 Наиболее точным определением предмета психологии массовой коммуникации является

на современном этапе (сделать выбор из перечня):

1. Массовая коммуникация.
2. Массовые коммуникации.
3. Психологические процессы масс.
4. Закономерности массововидных явлений.
5. Опосредованное общение с помощью технических средств.

№2 Выберите функции массовой коммуникации, определяющие ее психологическую актуальность:

1. распространение знаний о действительности, информирование;
2. социальный контроль и управление;
3. интеграция общества и его саморегуляция;
4. формирование общественного мнения;
5. социальное воспитание;
6. распространение культуры;
7. социальная активация личности;
8. самоутверждение (самопознание и самореализация);
9. социальная идентификация;

10. социальная релаксация.

№3 Структура личности как база восприятия и обработки информации и есть главный барьер

на пути влияния массовой коммуникации:

1. Да.
2. Нет.
3. Зависит от ситуации.

№4 Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

1. Источник.
2. Средства.
3. Аудитория.
4. Сообщения.
5. Текст.
6. Персональный компьютер.

№5 Выберите социально-психологические механизмы восприятия коммуникатора:

1. идентификация,
2. эмпатия,
3. аттракция,
4. персонификация,
5. когнитивный баланс,
6. олицетворение,
7. символизация,
8. социальная рефлексия,
9. социальная перцепция.

№6 Дополните основных методов психологического воздействия в массовой коммуникации «убеждение, внушение, заражение, ...».

1. NLP.
2. Стереотипизация.
3. Формирование установок.
4. Формирование потребностей.
5. Формирование мотивов.
6. Формирование ожиданий.
7. Формирование интересов.
8. Формирование коллективных представлений.
9. Формирование коллективных предрассудков.
10. Огруппление мышления.
11. Обучение.
12. Подражание.

№7 Исключите из списка понятия, которые не являются приемами манипулирования общественным сознанием в массовой коммуникации:

1. утаивание информации,

2. смещение акцентов,
3. искажение информации,
4. логические ловушки,
5. мода,
6. универсальные высказывания,
7. неявные указания на общепризнанные нормы,
8. иллюзии взаимопонимания,
9. реклама,
10. пропаганда.

№8 В терминах теории установки выберите уровни, характеризующие складывание коммуникативного влияния:

1. когнитивный уровень,
2. уровень потребностей,
3. мотивационный уровень,
4. аксиологический уровень,
5. аффективный уровень,
6. поведенческий уровень.

№9 Методы активизации творческого мышления журналиста включают (выбрать правильные ответы)

1. метод записной книжки,
2. метод аналогий,
3. метод ассоциаций,
4. «мозговой штурм»,
5. измененные состояния сознания.

№ 10 Психологическая эффективность массовой коммуникации, это, в первую очередь:

1. Адекватный коммуникативный стиль коммуникатора.
2. Удовлетворенность характеристиками общения.
3. Гармония социального взаимодействия.
4. Наличие обратной связи.

№11 Основоположителем изучения подражания как механизма распространения моды был:

- 1) Г. Тард
- 2) Джо Бруммель;
- 3) Е. Трэннер
- 4) Р. Барт

№12 Психологические особенности массовой коммуникации (сделать выборы из перечня):

1. Общение социальных групп.
2. Отсутствие прямой обратной связи между коммуникатором и реципиентом в процессе общения.

3. Отсутствие периодичности информации и «свободное» отношение к соблюдению принятых норм общения.

4. Фиксированность, неизменность ролей коммуникатора и реципиента.

5. Как организованный, так и спонтанный характер общения.

№13 Суггестивные психотехнологии в массовой коммуникации основаны на использовании феномена, называемым:

1. ассоциативная идентификация,

2. привычные действия,

3. фантазии,

4. сновидения,

5. транс,

6. детский опыт,

7. подчинения поведения принципу удовольствия,

8. обольщение,

9. сексуальная стимуляция.

№14 Задача обучения аудитории как потребителя информации поставлена в теоретическом подходе, получившем название:

1. Теория социального научения.

2. Теория культивирования.

3. Теория социализации.

4. Теория использования и удовлетворения.

5. Когнитивная теория.

№15 Характер и направление влияния массовой коммуникации зависят от выбора одной из двух принципиальных программ воздействия — манипулятивной или формирующей.

1. Манипуляции альтернативы нет.

2. Зависит от ситуации.

3. Зависит от заказчика, источника в цепи массовой коммуникации.

4. Зависит от социальной среды.

5. Точного ответа не существует.

№16 Исключите из перечня несуществующие классы коммуникативных барьеров и ошибок:

1. перцептивно-интерпретационные,

2. диспозиционные,

3. статусные,

4. семантические,

5. технические,

6. социальные,

7. политические,

8. нет класса для исключения.

№17 Какой возникает эффект, когда человек чувствует, что какое-то событие и информация об этом событии организуются с целью повлиять на него, и он видит в ней угрозу?

1. эффект Барнума,
2. эффект бумеранга,
3. эффект аудитории,
4. эффект плацебо,
5. эффект Пигмалиона.

№18 Что из ниже перечисленного может выступать в качестве «якоря» в воздействии массовой коммуникации?

1. слова,
2. жесты,
3. звуки,
4. образы,
5. все ответы верны.

№19 Выберите наиболее точное определение конгруэнтности в общении:

1. управление эмоциональным контактом в общении,
2. использование психологических средств и приемов скрытого воздействия на человека,
3. соответствие источника информации и реципиента (потребителя информации),
4. это психотехнология, нацеленная на формирование определенных качеств участников диалога.

№20 Исключите из перечня лишние элементы цепи массовой коммуникации:

1. источник,
2. сообщения,
3. средства массовой коммуникации,
4. аудитория,
5. эффект,
6. ситуативные составляющие,
7. ничего исключить нельзя.

№21 Роль стереотипа как устойчивого и упрощенного образа в процессе массовой коммуникации оценивается:

1. как положительная
 2. как отрицательная,
 3. должна оцениваться ситуативно.
- эффект Барнума, эффект бумеранга, эффект аудитории, эффект плацебо, эффект Пигмалиона.

№ 22 К механизмам моды относят:

- а) внушение;
- б) соперничество;
- в) подражание;
- г) заражение;
- д) эффект «Ореола».

Задания (тесты) на проверку сформированности первого компонента компетенций – «уметь»

Задание 1. (ОК-3, ОК-7, ПК-3) Покажите специфику, преимущества и недостатки печати (ТВ, радио, компьютерных сетей) как средств массовой коммуникации в виде таблицы.

Задание 2. (ОК-3, ОК-7, ПК-3) Представьте модель коммуникативного акта, опосредованного тем или иным СМК (ТВ, радио, пресса, и т.д.) Сопоставьте полученные модели, выделите в них общее и особенное.

Задания (тесты) на проверку сформированности первого компонента компетенций – «владеть»

Задание. (ОК-3, ОК-7, ПК-3) опишите основные методы психологического исследования массовой коммуникации (контент-анализ, фокус-группа, анкетирование, интервью, тестирование, включенное наблюдение, психосемантика и др.) Раскройте их достоинства и недостатки.

Примерные задания для самостоятельной работы

1. Психологические, языковые и социальные барьеры в массовой коммуникации
2. Теории медиаэффектов
3. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном уровне
4. Эффекты массовой коммуникации на общественном уровне
5. Подражание, заражение, внушение. Симптомы огруппления мышления
6. Психологические модели убеждающего воздействия
7. PR и пропаганда: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты)
8. Способы влияния пропаганды на индивида и социальные группы
9. Объективные и субъективные факторы, влияющие на ход и результаты пропаганды
10. Манипулирование: природа, формы и механизмы
11. Роль СМИ в пропаганде и агитации
12. PR и реклама: сходство и различия (психологический и социально-психологический аспекты)
13. Психологическое воздействие в рекламе
14. Психотехнология рекламного дела
15. Психология рекламы в прессе
16. Психология рекламы по телевидению
17. Психология наружной рекламы

Вопросы для самоподготовки к зачету

1. Общая психология. Социальная психология. Понятия.
2. Массовая коммуникация. Межличностная коммуникация. Понятия.
3. Цепь массовой коммуникации.

4. Роль отдельных звеньев цепи массовой коммуникации в эффективности массовой коммуникации.
5. Источники массовой коммуникации.
6. Коммуникатор. Реципиент.
7. Сообщения в цепи МК.
8. Каналы МК.
9. Специфика печатных СМИ.
10. Специфика ТВ.
11. Специфика радио.
12. Каналы личностного распространения массовой коммуникации.
13. Аудитория системы массовой коммуникации.
14. Ожидание и предрасположенность аудитории системы массовой коммуникации.
15. Барьеры массовой коммуникации.
16. Группа. Структура и проблема лидерства.
17. Конформизм.
18. Двуступенчатый поток информации в массовой коммуникации.
19. Структура личности как фактор оперирования информацией в потоке МК.
20. Стереотипы и установка.
21. Проблемы убеждения и убеждаемости.
22. Внимание – произвольное и непроизвольное. Роль в массовой коммуникации.
23. Восприятие – структуры личности и эрудиции реципиентов.
24. Память – роль элементов новизны в информации.
25. Виды памяти.
26. Толпа как вид массового поведения.
27. Механизмы управления толпой.
28. Слухи как вид межличностной коммуникации.
29. Методы борьбы со слухами .
30. Общие закономерности массового поведения.

5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Рейтинговая оценка по данной дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале и складывается из текущих оценок посещаемости занятий, защиты результатов работ, выполняемых на практических занятиях, знаний на промежуточном контроле (тестирование по темам) и итоговой оценки.

В семестре, текущий контроль оценивается интервалом 10–60 баллов, а итоговый — 0–40 баллов. Сумма баллов текущего и итогового контроля в интервале 50–100 баллов соответствует положительной оценке знаний, обучающихся и позволяет преподавателю поставить оценку за семестр.

В случае пропуска занятий, обучающихся ликвидирует образовавшуюся задолженность в сроки, устанавливаемые по договоренности с преподавателем. В случае пропуска занятий по уважительной причине, что подтверждается соответствующей справкой из деканата, защита результатов его работы оценивается по обычной шкале баллов, установленной для каждой темы; при этом ему компенсируется оценка посещаемости пропущенных занятий. В случае пропуска занятий по неуважительной причине защита результатов работы оценивается по 50%-ной шкале баллов по каждой теме без компенсации оценки посещаемости пропущенных занятий.

Обучающиеся, не сумевшие ликвидировать задолженности в установленные сроки в течение семестра, получают на экзамене дополнительные вопросы (задачи для решения) по пропущенным темам.

Если обучающихся разрешено деканатом заниматься по индивидуальному учебному плану, то в начале семестра совместно с преподавателем устанавливается график защиты результатов его работы по темам в соответствии с учебным планом изучения дисциплины. В случае соблюдения графика его работа оценивается по обычной шкале баллов с компенсацией оценки посещаемости пропущенных занятий, отведенных рабочим учебным планом на изучение соответствующих тем. В случае нарушения установленных сроков он получает на зачете дополнительные вопросы (задачи для решения) по соответствующим темам.

Оценки, полученные при тестировании по темам дисциплины (от 0 до 100), пересчитываются в шкалу баллов, предусмотренную для соответствующих тем.

Промежуточная аттестация – зачет

Критерии оценивания ответа обучающегося

Высшим баллом «отлично» (зачтено) аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос.

Оценка «хорошо» (зачтено) ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем

допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено) ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено) ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

6. Методические рекомендации преподавателям по технологии реализации дисциплины

Дисциплина преподается в лекционной форме. Исторический и теоретический материал, ознакомление студентов с принципами и нормами профессиональной этики, стандартами и кодексами сочетается с разбором примеров журналистской практики (кейсов). При чтении лекционного материала занятия могут проходить с использованием:

– **информационно-коммуникационных образовательных технологий: лекция-визуализация** – изложение содержания каждой темы сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в среде программы Microsoft Powerpoint)

– **интерактивных технологий (лекция «обратной связи»** – лекция–провокация, в которой часть материала приводится с заранее запланированными ошибками, после чего завязывается лекция-беседа, лекция-дискуссия).

Интерактивное обучение – форма обучения, в ходе которой осуществляется взаимодействие как между студентами и преподавателем, так и между самими студентами.

Цель проведения занятия в интерактивной форме – пробудить у студентов интерес к дисциплине; помочь эффективно усвоить учебный материал; стимулировать самостоятельный поиск путей и вариантов решения поставленной учебной задачи; обучить работать в команде; научить проявлять терпимость к любой точке зрения, уважать право каждого на свободу слова, уважать достоинства каждого; приобрести необходимые компетенции.

В ходе освоения курса целесообразны интерактивные практические занятия, построенные на игровом, агонистическом, т.е. соревновательном принципе.

На всех практических занятиях студенты выполняют задания на рабочем месте, пользуясь консультацией преподавателя на индивидуальном уровне.

В качестве домашних заданий студенты заканчивают работу, выданную на практических занятиях, а также выполняют индивидуальные задания, выдаваемые преподавателем, с проверкой и обсуждением результата выполнения на следующем занятии.

Большое внимание уделяется вопросам организации самостоятельной работы студентов. Цикл домашних письменных и устных заданий должен быть выполнен в течение семестра; важно активное участие в тренировочных выступлениях перед группой сокурсников. По освоению материала курса предусматриваются курсовые работы.

В рамках дисциплины «Психология массовых коммуникаций» используются следующие интерактивные технологии:

- лекции-беседы;
- лекции-дискуссии;
- деловые и ролевые игры;
- разбор конкретных ситуаций журналистской практики.

В рамках дисциплины предусмотрены встречи с журналистами, представителями российских и зарубежных средств массовой коммуникации, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

С целью повышения эффективности учебного процесса, в ходе практических занятий используются:

– **интерактивные технологии**, например, семинар-дискуссия – коллективное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы, выявление мнений в группе;

– **информационно-коммуникационные образовательные технологии**: практическое занятие в форме презентации (представление результатов исследовательской деятельности с использованием специализированных программных сред);

– **инновационные методы**: использование мультимедийных учебников, электронных версий эксклюзивных курсов в преподавании дисциплины; использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет; использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний студентов и т.д.

Кроме того, инновационные методы также предполагают и применение методов активного обучения: интерактивные методы обучения: («метод кейсов», метод проектов), модульно-рейтинговые технологии организации учебного процесса и др.

Кейсы-случаи (занятия на тренажерах) - это очень краткие кейсы, описывающие один случай. Кейсы этого типа могут использоваться во время лекции или урока для демонстрации того или иного понятия или как тема для обсуждения. Их можно быстро прочитать, и обычно они не требуют от студентов специальной подготовки до начала занятий. Кейсы-случаи полезны при знакомстве с методом кейсов.

Вспомогательные кейсы - основная цель которых – передать информацию. Это интереснее, чем традиционное чтение или изучение раздаточного материала. Студенты гораздо лучше воспринимают информацию, представленную в виде кейса, чем, если бы она была в безличном документе. Типичный вспомогательный кейс может быть использован как основа, на базе которой обсуждаются другие кейсы.

Кейсы-упражнения (контекстное обучение) дают студенту возможность применить определенные приемы и широко использовать материал кейсов, когда необходим количественный анализ. Манипулировать цифрами в контексте реальной ситуации гораздо интереснее, чем делать простые упражнения.

Кейсы-примеры, где студенту необходимо проанализировать информацию из кейса и выявить наиболее важные связи между различными составляющими. Обычно здесь встает вопрос: почему все произошло неправильно, и как этого можно было избежать. Комплексные кейсы - описывают ситуации, где значимые аспекты спрятаны в большом количестве информации, большая часть которой несущественная. Задача студента – отделить важные аспекты от мало значимых и не отвлекать на них внимания. Сложность может состоять в том, что выделенные аспекты могут быть взаимосвязаны.

Кейсы-решения, где студентам необходимо решить, что они будут делать в сложившихся обстоятельствах, и сформулировать план действий. Для этого студенту необходимо разработать ряд обоснованных подходов и потренироваться в выборе подхода, который больше всего нацелен на успех.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекционного и семинарского типа) и самостоятельной работы студентов.

7.1. Методические указания по подготовке к занятиям лекционного типа

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,

- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к занятиям лекционного типа заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

7.2. Методические указания по подготовке к занятиям семинарского типа

Особенность занятий семинарского типа объясняется логикой их построения, которой студентам необходимо придерживаться. Цель занятий семинарского типа заключается в закреплении знаний, полученных студентами на лекции и самостоятельной работе над литературой, расширении круга знаний.

При подготовке к занятиям семинарского типа:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов.
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия).

7.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе студента

Самостоятельная работа – важная составляющая часть высшего образования. Ее организация во многом определяет эффективность учебного процесса и способствует выработыванию навыков самообразования.

Самостоятельная работа включает подготовку студентов к практическим занятиям и экзамену. Эта подготовка состоит в знакомстве с содержанием нужных глав учебных пособий, которые указаны в разделе «Литература», и выполнении заданий, выдаваемых преподавателем на занятиях, в том числе – из списка, приведенного в разделе «Темы самостоятельных работ».

7.4. Методические рекомендации по подготовке к зачету

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой по дисциплине,
- перечень компетенций, которыми студент должен владеть,
- учебно-тематическим планом дисциплины,
- контрольными мероприятиями,
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами.
- перечнем вопросов к зачету.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционного и семинарского типа позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

а) основная литература

1. Андреева Г. М. Социальная психология [Текст] : Учебник для вузов / Г.М. Андреева. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 363 с. (есть разн. года).

2. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 373 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00520-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/3BA95C2E-5E2F-49A4-8F06-F301E9D805BE.

3. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD.

4. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации : учебник для академического бакалавриата / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 415 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/FA9A14C4-7F46-4501-9F67-820333CA7155.

б) дополнительная литература

7. Костин В. И., Костина А. В. Национальная безопасность современной России. Экономические и социокультурные аспекты-2-е изд.-М.: Ленанд, 2014.-344 с.

8. Маклаков А.Г. Общая психология. Учебник для вузов. М., Юрайт. 2014. *Читать онлайн.*

9. Социология журналистики: учебник для бакалавров/Под ред. С.Г. Корконосенко.- 2-е изд., перераб. и доп.--М.: Юрайт, 2014.-424 с.--(Бакалавр. Углубленный курс).

11. Садохин А. Введение в теорию межкультурной коммуникации. - М.: Кнорус, 2014.-254 с.-(Бакалавриат).
12. Дэвид Майерс. Социальная психология. СПб.: Питер, 2016.
13. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. СПб.: Питер, 2000.

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «КнигаФонд»:
<http://www.knigafund.ru/>
2. Электронно-библиотечная система «БиблиоРоссика»:
<http://www.bibliorossica.com/>
3. <http://window.edu.ru/> Федеральная информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
4. <http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»
5. www.promo.ru – электронная энциклопедия
6. www.marketing.spb.ru – информационный портал по маркетингу
7. www.e-commerce.ru – онлайн-справочно-информационный центр по электронной коммерции
8. www.webrating.ru – каталог лучших рекламных площадок российского Интернета
9. www.monitoring.ru – сайт крупнейшего в России мониторингового агентства
10. www.spylog.ru – система, позволяющая владельцам web-сайтов собирать статистические данные более чем по 600 параметрам
11. www.mediametrix.com - официальный сайт мониторингового агентства Media Metrix
12. www.subscribe.ru – альтернативный сервер, предлагающий регистрацию и сопровождение почтовых рассылок
13. www.seolib.ru – анализатор сайтов
14. www.direct.yandex.ru – подбор ключевых слов
15. www.wordstat.yandex.ru - подбор ключевых слов

СТАТИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ И РЕЙТИНГИ:

www.spylog.ru
www.liveinternet.ru
www.top100.rambler.ru
www.metrika.yandex.ru

БИРЖИ:

www.sape.ru
www.setlinks.ru
www.linkfeed.ru
www.gogetlinks.ru
www.kazapa.ru
www.seopult.ru

www.textsale.ru

www.etxt.ru

www.advego.ru

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

№№	ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Описание ЭБС	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС издательства «Юрайт»	Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.	http://www.biblio-online.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
2.	ЭБС издательства «Лань»	Электронно-библиотечная система, электронные книги, учебники для ВУЗов. Коллекция «Музыка».	http://e.lanbook.com/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.
3.	ЭБС IPR BOOKS	Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в нашем учебном заведении.	http://www.iprbookshop.ru/ 100% доступ. Версия для слабовидящих.

№	Справочные системы и базы данных к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)	Используемый для работы адрес
1.	<p>Polpred.com Обзор СМИ. В рубрикаторе: 53 отрасли / 600 источников / 9 федеральных округов РФ / 235 стран и территорий / главные материалы / статьи и интервью 9000 первых лиц. Ежедневно тысяча новостей, полный текст на русском языке, миллионы сюжетов информагентств и деловой прессы за 15 лет.</p> <p>Доступ на Polpred.com открыт со всех компьютеров библиотеки.</p>	<p>http://polpred.com/news/</p>
2.	<p>С 2001 года Библиотека Московского гуманитарного университета сотрудничает с компанией «Консультант Плюс» и является участником Программы информационной поддержки российских библиотек.</p> <p>В читальном зале установлены актуальные базы данных правовых документов. Учебный центр «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/edu/center/) регулярно проводит обучающие семинары с выдачей своего сертификата. Программа и расписание семинаров на ближайший месяц размещаются на сайте компании в разделе Некоммерческие проекты – Учебный Центр Консультант Плюс.</p> <p>Разработано мобильное приложение «Консультант Плюс: Студент» (http://www.consultant.ru/student/).</p> <p>Бесплатное приложение «КонсультантПлюс: Студент» содержит правовую информацию (кодексы, законы), судебную</p>	<p>http://www.consultant.ru/edu/center/</p>

	практику, консультации, а также современные учебники по праву, финансам, экономике и бухучету.	
--	--	--

Информационные ресурсы открытого доступа

№№	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	Министерство образования и науки Российской Федерации	http://минобрнауки.рф/ 100% доступ
2.	Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки	http://obrnadzor.gov.ru/ 100% доступ
3.	Федеральный портал «Российское образование»	http://www.edu.ru/ 100% доступ
4.	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru/ 100% доступ
5.	Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/ 100% доступ
6.	Электронно-библиотечная система, содержащая полнотекстовые учебники, учебные пособия, монографии и журналы в электронном виде. 5100 изданий открытого доступа	http://bibliorossica.com/ 100% доступ
7.	Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru 100% доступ

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом. В процессе обучения используется лицензионное программное обеспечение.

Для материально-технического обеспечения дисциплины используются следующие ресурсы:

1. для проведения занятий лекционного типа используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного): мультимедиа-проектором, персональным компьютером;

2. для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, для осуществления текущего контроля и промежуточной аттестации используются специальные помещения, укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные комплектом презентационного оборудования (стационарного или переносного): мультимедиа-проектором, персональным компьютером;

3. помещения для самостоятельной работы студентов: читальный зал библиотеки МосГУ, аудитории №107, №514, №417, №225 (3 учебный корпус), аудитория №16 (1 учебный корпус), аудитория №311 (учебный корпус В), аудитория №35 (2 учебный корпус), укомплектованные специализированной мебелью и оснащенные компьютерной техникой с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В Университете созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. Имеются учебные аудитории, предназначенные для проведения всех видов учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. В качестве лицензионного программного обеспечения используется MS Office.

10. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от

08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет» от 30.05.2018 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.