

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан экономического факультета  
Экономический факультет  
  
А.В. Агибалов  
2 ноября 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02. «Психология массовых коммуникаций»  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
Профиль подготовки Муниципальное управление сельских территорий  
Прикладной бакалавриат

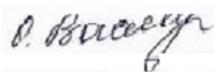
Квалификация выпускника – бакалавр

Экономический факультет

Кафедра Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права

Преподаватель, подготовивший рабочую программу:

к.и.н., доцент



Василенко Ольга Валерьевна

Рабочая программа по дисциплине «Психология массовых коммуникаций» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное управление, ФГОС 1567 от 10.12.2014).

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права (протокол № 3 от 14.10.2020 г.)

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  Плаксин В.Н.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической комиссией экономического факультета (протокол №3 от 20.10.2020).

Председатель методической комиссии



Запорожцева Л.А.

**Рецензент:** Начальник отдела развития сельских территорий Департамента аграрной политики Воронежской области **Лыбакова Н.П.**

## 1. Предмет. Цели и задачи дисциплины, её место в структуре образовательной программы

**Цель** освоения дисциплины – ознакомление обучающихся с социально-психологическими исследованиями СМИ, приобретающими особое значение в эпоху бурного развития информационных технологий. Предметом курса «Психология массовых коммуникаций» выступают закономерности влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

**Предметом** курса «Психология массовых коммуникаций» выступают закономерности влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей. В рамках курса рассматривается специфика и каналы массовой коммуникации, теоретические подходы к ее изучению и методы ее исследования, специфика информирования и убеждения в СМК, влияние МК на формирование образа мира, а также направление влияния СМК в отдельных областях (поведении индивида, межгрупповых отношениях, массовых процессах).

**Задачи** дисциплины:

- ознакомление с предметом социальной психологии, частью которой является психология массовых коммуникаций;
- ознакомление с сущностью психологии коммуникации на межличностном уровне, в группе и в масштабе общества;
- формирование умения эффективно использовать знания методов коммуникативного воздействия;
- выработка понимания принципов эффективности коммуникативного взаимодействия, учета коммуникативных барьеров;
- ознакомление с эффектами воздействия средств массовой информации и коммуникации на аудиторию.

**Место дисциплины в структуре ОП:** дисциплина «Психология массовой коммуникации» относится к вариативной части ОП бакалавриата (Б.1.В.ДВ.01.02). В процессе изучения дисциплины обучающиеся приобретают знания, которые будут им необходимы в дальнейшей практической деятельности, связанной с социальной сферой, сферой государственного, муниципального управления.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП и базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин, таких как: «Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций», «Управление общественными отношениями».

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОПК-4	способность осуществлять деловое общение и публич-	<b>знать:</b> историю формирования психологии массовой коммуникации как науки, ее проблемы, задачи и систему основных понятий; уровни, функции и виды

	ные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации	коммуникаций, их психологические особенности; характеристики коммуникатора и аудитории, их роль, значение, функции. <b>уметь:</b> ориентироваться в межгрупповой и внутригрупповой коммуникации, устанавливать характер коммуникативной ситуации. <b>иметь навыки:</b> основ психологического исследования групп и аудиторий (анкетировании, контент-анализ и др.).
ПК-11	владеть основными технологиями формирования и продвижения имиджа государственной и муниципальной службы, базовыми технологиями формирования общественного мнения	<b>знать:</b> механизмы и методы воздействия в средствах массовой коммуникации, технологии воздействия через СМИ; закономерности взаимодействия и социального влияния в малых и больших группах; психологические эффекты массовой коммуникации, технологию формирования общественного мнения; методы психологического воздействия: убеждение, принуждение, внушение, подражание, заражения. <b>уметь:</b> убеждать, отстаивать свое мнение, устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, влиять, управлять группой, массовым поведением. <b>иметь навыки:</b> создания эффективной коммуникационной среды, обеспечения внутренней и внешней коммуникации.

### 3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды учебной работы	Очная форма обучения		Заочная форма обучения
	Всего зач. ед./ часов	Объем часов	Всего часов
		2 семестр	3 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины	2/72	2/72	2/72
Общая контактная работа	38,65	38,65	12,65
Общая самостоятельная работа (по учебному плану)	33,35	33,35	59,35
Контактная работа при проведении учебных занятий, в т.ч.	38,5	38,5	12,5
лекции	18	18	4
практические занятия	20	20	8
лабораторные работы	-	-	-
групповые консультации	0,5	0,5	0,5
Самостоятельная работа при проведении учебных занятий	24,5	24,5	50,5

Контактная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
защита контрольной работы	-	-	-
защита расчетно-графической работы	-	-	-
Самостоятельная работа текущего контроля, в т.ч.	-	-	-
выполнение контрольной работы	-	-	-
Выполнение расчетно-графической работы	-	-	-
Контактная работа промежуточной аттестации обучающихся (КТР), в т.ч.	0,15	0,15	0,15
курсовая работа	-	-	-
курсовой проект	-	-	-
Зачет	0,15	0,15	0,15
Экзамен	-	-	-
Самостоятельная работа при промежуточной аттестации, в т.ч.	8,85	8,85	8,85
выполнение курсового проекта	-	-	-
Выполнение курсовой работы	-	-	-
подготовка к зачету	8,85	8,85	8,85
подготовка к экзамену	-	-	-
Вид промежуточной аттестации (зачёт, экзамен, курсовой проект (работа))	Зачет	Зачет	Зачет

#### 4. Содержание дисциплины

##### 4.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план)

№ п/п	Раздел дисциплины	Л	СЗ	ПЗ	ЛР	СР
очная форма обучения						
1	Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации.	4	4	-	-	4
2	Психология процесса коммуникации.	4	4	-	-	4
3	СМК и массовое общество.	4	4	-	-	6
4	Психология массового поведения и социального влияния.	4	4	-	-	4
5	Медиапсихология.	2	4			6,5
Всего		18	20	-	-	24,5
заочная форма обучения						
1	Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации.	1	2	-	-	10
2	Психология процесса коммуникации.	1	2	-	-	10
3	СМК и массовое общество.	1	2	-	-	10

4	Психология массового поведения и социального влияния.	1	2	-	-	10
5	Медиапсихология.	-	-			10,5
Всего		4	8	-	-	50,5

## 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

### Раздел 1. Предмет и базовые аспекты психологии массовой коммуникации

1.1. Объект, предмет, задачи психологии массовой коммуникации.

Основные понятия психологии массовой коммуникации. Методы психологии массовой коммуникации.

1.2. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.

Исторические формы социально-психологического знания: концепция масс. Исследование СМК в экспериментальный период развития социальной психологии.

### Раздел 2. Психология процесса коммуникации

2.1. Элементы коммуникативного процесса.

Интерес как фактор коммуникации. Восприятие и запоминание в процессе коммуникации.

2.2. Аудитория массовой коммуникации.

Понятие аудитории массовой коммуникации. Типология аудитории. Сегментация аудитории.

### Раздел 3. СМК и массовое общество

3.1. СМК как интегративная социальная система.

Информационное общество как четвертая стадия развития цивилизации.

3.2. Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.

СМИ: производство, мультипликация и распространение информации. Моделирование социальной реальности с помощью СМК

### Раздел 4. Психология массового поведения и социального влияния

4.1. Массовое поведение и общественное мнение.

Стихийное массовое поведение: понятие, социальный феномен и предмет исследования. Психология толпы. Механизмы поведения толпы. Мотивация и ожидание в механизме обращения аудитории к СМИ. СМИ как инструмент управления политическим поведением.

4.2. Психологические эффекты массовой коммуникации.

Циркулярная реакция и коммуникация. Понятия подражания и заражения. Психология моды. Массовый вкус и формирование эстетической ценности в массовом сознании.

4.3. Социальное влияние в процессе массовой коммуникации.

Информационное и нормативное влияние в процессе массовой коммуникации. Понятие конформизма. Уступчивость как реакция на влияние социальных норм. Сопrotивление влиянию. Я - Концепция. Влияние аудитории на восприятие. Теория конфликта внимания.

4.4. Социальные установки в массовом сознании.

Роль социальной установки в процессе массовой коммуникации. Теория когнитивного баланса и диссонанса. Функциональные теории изменения установок. Доминанты и стереотипы в массовой коммуникации. Психология убеждения. Процесс убеждения. Внушение. Источники и принципы убеждения. Психологические модели убеждающего процесса

### Раздел 5. Медиапсихология

5.1. Категории медиапсихологии.

Эмоциональный опыт восприятия СМИ. Творческое мышление. Творческие способности. Вербальное и невербальное мышление. Методы активизации творческого мышления. Эффекты влияния СМИ на аудиторию.

5.2. Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей

Восприятие СМИ массовым сознанием. Эмоциональный опыт восприятия СМИ. Принцип речевого воздействия СМИ. Психологические исследования массовой коммуникации: имидж коммутатора, психографика. Психологические аспекты изучения аудитории. Психология рекламы. Психологическая структура рекламной деятельности. Психологические принципы рекламной деятельности. Воздействие рекламы на потребителя. Креатив в рекламе как фактор формирования интереса. Психология мотивов и потребностей в рекламе.

#### 4.3. Перечень тем лекций

№ п/п	Тема лекции	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Объект, предмет, задачи психологии массовой коммуникации.	2	1
2	Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии.	2	-
3	Элементы коммуникативного процесса.	2	-
4	Аудитория массовой коммуникации.	2	-
5	СМК как интегративная социальная система.	2	-
6	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.	2	-
7	Массовое поведение и общественное мнение.	1	1
8	Психологические эффекты массовой коммуникации.	1	1
9	Социальное влияние в процессе массовой коммуникации.	1	-
10	Социальные установки в массовом сознании.	1	-
11	Категории медиапсихологии.	1	-
12	Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей	1	1
Всего		18	4

#### 4.4. Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ п/п	Тема практического занятия	Объём, ч	
		форма обучения	
		очная	заочная
1	Коммуникативный процесс: составные части	2	1
2	Психология процесса коммуникации	2	1
3	Общественное мнение и массовое поведение	2	1
4	Психологические эффекты массовой коммуникации	2	1
5	Психология творчества журналиста	2	1
6	Психологические исследования массовой коммуникации	2	1
7	Психологические аспекты изучения аудитории	4	1
8	Эффективность массовой коммуникации	4	1

Всего	20	8
-------	----	---

#### **4.5. Перечень тем лабораторных работ.**

*Не предусмотрены.*

#### **4.6. Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся.**

Самостоятельная работа при изучении дисциплины складывается из самостоятельной работы на аудиторных занятиях и внеаудиторной самостоятельной работы.

##### **4.6.1. Подготовка к аудиторным занятиям**

Перечень методических рекомендаций студентам по закреплению и углублению полученных на аудиторных занятиях знаний и навыков, подготовке к предстоящим занятиям:

1. сравнительный анализ сведений по изучаемой теме, полученных из различных источников (лекций, учебников, практикума и т.д.)
2. устный пересказ изученного материала;
3. взаимоконтроль и взаимопроверка знаний студентов;
4. применение полученных знаний при анализе практических ситуаций;
5. подбор материалов периодической печати по изучаемой теме;

##### **4.6.2. Перечень тем курсовых работ (проектов).**

*Не предусмотрены.*

##### **4.6.3. Перечень тем рефератов**

1. Влияние средств массовой коммуникации на современное общество / общественное мнение.
2. Массовая коммуникация в современном мире.
3. Влияние массовой коммуникации на личность.
4. Способы психологического воздействия в средствах массовой коммуникации.
5. Технологии массовых манипуляций: PR и политическая манипуляция (политическая реклама).
6. Феномен Интернет-зависимости и его анализ.
7. Феномен «информационная революция».
8. Роль образовательных и информационных телепередач в формировании общественного мнения.
9. Проблемы современной межкультурной коммуникации в СМИ.
10. Слухи как фактор формирования массового сознания.
11. Проблемы информационной социализации.
12. Идентичность пользователя в Интернете.
13. Социальное конструирование реальности в СМК.
14. Психологические аспекты новых информационных технологий.
15. СМК и права ребёнка: психологический анализ.
16. Межкультурная коммуникация: психологический аспект.
17. Убеждающая коммуникация в СМК.
18. Психология телевизионной коммуникации.
19. Особенности трансляции образов трудовых мигрантов в СМИ.
20. Проблема демонстрации агрессии в средствах массовой коммуникации.

21. Гендерные стереотипы в СМИ.
22. Влияние СМИ на духовно-нравственное развитие молодёжи.
23. Новая медиасреда подростков.
24. Нравственные последствия от информации о социальных проблемах в СМИ (бездомность, беспризорность, нищета и т.п.).
25. Этические аспекты влияния СМИ на массовое сознание.
26. Трансформация представлений об опасности под воздействием СМИ.
27. Влияние информационной среды на развитие личности детей и подростков.
28. Социально-психологические проблемы изображения насилия в СМИ.
29. Особенности создания имиджа телеведущего.
30. Информационные войны в системе массовой коммуникации.
31. Дискуссионные передачи (ток-шоу) и их роль в российском обществе.
32. Особенности имиджа России в СМИ.
33. Имидж российских политиков в СМИ: феномен популярности политических лидеров.
34. Образ бизнесмена в российских СМИ.
35. Исследование динамики эмоционального отношения россиян к рекламе.

#### 4.6.4. Перечень тем и учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Тема (раздел) самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Объём, ч	
			форма обучения	
			очная	заочная
1	Психология масс и народов	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 167-181.	0,5	6
2	Психографическое сегментирование	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 198 – 203.	0,5	6
3	Психология текста	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 198 – 203.	0,5	6

4	Социально-психологическое исследование личности	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 123 – 166.	0,5	6
5	Психология потребностей	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 203-207.	0,5	6
6	Психические процессы в массовой коммуникации	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 201-207.	0,5	6
7	Психология моды	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 181.	0,5	6
8	Психология слухов	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С. 186-194.	0,5	4
9	Психология рекламы	Василенко, О.В., Сиволапова, Е.А. Социология и психология массовой коммуникации: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Государственное и муниципальное управление». - Воронеж: ВГАУ, 2015. – С.201-	0,5	4,5

		206.		
Всего			24,5	50,5

#### 4.6.5. Другие виды самостоятельной работы студентов

Подготовка к зачету согласно предлагаемым вопросам

#### 4.7. Перечень тем и видов занятий, проводимых в интерактивной форме

№ п/п	Форма занятия	Тема занятия	Интерактивный метод	Объем, ч
1.	Занятие семинарского типа	Аудитория массовой коммуникации.	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
2.	Занятие семинарского типа	СМК как интегративная социальная система.	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
3.	Занятие семинарского типа	Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2
4.	Занятие семинарского типа	Массовое поведение и общественное мнение.	Кейс-технология, групповое обсуждение	2
5.	Занятие семинарского типа	Психологические эффекты массовой коммуникации.	Метод проектов, групповое обсуждение, применение средств мультимедиа	2

#### 5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Полное описание фонда оценочных средств для промежуточной аттестации обучающихся с перечнем компетенций, описанием показателей и критериев оценивания компетенций, шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы представлены в ФОС по дисциплине.

#### 6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

##### 6.1. Рекомендуемая литература

Тип рекомендаций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в библиотеке
1	2	3
1.1. Основная литература	Руденко А. М. Психология массовых коммуникаций [электронный ресурс]: Учебник / Донской государственный технический университет, ф-л Институт сферы обслуживания и предпринимательства; Донской государственный технический университет - Москва: Издательский Центр РИОР, 2017 - 303 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в биб- лиотеке
1	2	3
	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [электронный ресурс]: Учебное пособие / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2016 - 336 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [электронный ресурс]: Учебник / Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017 - 488 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
1.2. Дополни- тельная литература	Антонова Н. В. Психология потребительского поведения, рекламы и PR [электронный ресурс]: Учебное пособие / Н. В. Антонова, О. И. Патоша - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016 - 325 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Ореховская Н. А. Социальные коммуникации [электронный ресурс]: Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации - Москва: Издательский дом "Альфа-М", 2014 - 224 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
	Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс]: конспект лекций для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.04 Государственное и муниципальное управление, профиль подготовки «Муниципальное управление сельских территорий» (очного и заочного обучения) / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост.: О. В. Василенко, Е. А. Сиволапова ; под ред. В. Н. Плаксина] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2020 [ПТ]	ЭИ
	Чамкин А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) [электронный ресурс]: Учебное пособие / А. С. Чамкин - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2017 - 350 с. [ЭИ] [ЭБС Знаниум]	ЭИ
2.2. Методиче- ские издания	Психология массовых коммуникаций [Электронный ресурс]: методические рекомендации по изучению дисциплины для бакалавров, обучающихся по направлению 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», профиль подготовки «Муниципальное управление сельских территорий» (очного и заочного обучения) / Воронежский государственный аграрный университет ; [сост. О. В. Василенко] - Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет, 2020 [ПТ]	ЭИ

Тип рекоменда- ций	Перечень и реквизиты литературы (автор, название, год и место издания)	Количество экз. в биб- лиотеке
1	2	3
2.3. Периодиче- ские издания	История государства и права: Федеральный журнал: научно-правовое издание / учредитель : издательская группа "Юрист" - Москва: Юрист, 2012-	В подписке
	Полис: Политические исследования: Научный и обще- ственно-политический журнал - Москва: Прогресс, 1991-	В подписке
	Социально-экономические явления и процессы: междуна- родный журнал: [16+] / Тамбовский государственный университет ; Циндаоский университет, Китай ; Универ- ситет штата Индиана, США - Тамбов: Издательский дом Тамбовского государственного университета, 2013	В подписке

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

- Официальный сайт Правительства Российской Федерации <http://www.gov.ru>
- Официальный сайт Президента Российской Федерации <http://www.kremlin.ru>
- Официальный сайт Минфина РФ: <http://minfin.ru/ru/>
- Счетная палата Российской Федерации <http://www.ach.gov.ru>
- Professional Risk Managers' International Association <http://www.prmia.org>
- Global Association of Risk Professionals <http://www.garp.com>
- International Organization of Securities Commissions <http://www.iosco.org>
- Basle Committee on Banking Supervision <http://www.bis.org>
- Национальная Фондовая Ассоциация <http://www.nfa.ru>
- Центр Статистических Исследований <http://www.riskcontrol.ru>
- Главное финансовое управление Воронежской области <http://www.gfu.vrn.ru/>
- Воронежская областная Дума <http://www.vrnoblduma.ru/>

Электронные полнотекстовые ресурсы Научной библиотеки ВГАУ  
(<http://library.vsau.ru/>)

Перечень документов, подтверждающих наличие/право использования цифровых (электронных) библиотек, ЭБС (за период, соответствующий сроку получения образования по ОП)			
Учебный год	№ п/п	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия
2017/2018	1.	Контракт № 633/ДУ от 04.07.2017 (ЭБС «ЛАНЬ»)	08.08.2017 – 08.08.2018
	2.	Контракт № 1305/ДУ от 29.12.2016 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2017 – 31.12.2017
	3.	Контракт № 240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018
	4.	Контракт № 587/ДУ от 20.06.2017 («Национальный цифровой ресурс «Руконт»)	20.06.2017 – 20.06.2018
	5.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная элек- тронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно
2018/2019	1.	Контракт № 784/ДУ от 24.09.2018 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2018 – 24.09.2019
	2.	Контракт № 240/ДУ от 19.02.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	09.01.2018 – 31.12.2018

	3.	Контракт № 1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Контракт 626/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС ЮРАЙТ)	25.07.2018 – 30.07.2019
	5.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 4-ИУ от 04.07.2018	04.07.2018 – 31.07.2019
	6.	Лицензионный контракт № 4319/18 627/ДУ от 25.07.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.07.2018 – 25.01.2019
	7.	Лицензионный контракт № 1172/ДУ от 24.12.2018 (ЭБС IPRbooks)	25.01.2019 – 31.07.2019
	8.	Контракт № 1281/ДУ от 12.12.2017 (ЭБС E-library)	12.12.2017 – 11.12.2018
	9.	Контракт № 919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	10.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017, Национальная электронная библиотека (НЭБ)	28.03.2017 -28.03.2022
	11.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно
2019/2020	1.	Контракт № 488/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС «ЛАНЬ»)	24.09.2019 – 24.09.2020
	2.	Контракт № 4204 ЭБС/959/ДУ от 24.12.2019 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020-31.12.2020
	3.	Контракт № 1184/ДУ от 28.12.2018 (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2019 – 31.12.2019
	4.	Договор на безвозмездное использование произведений в ЭБС ЮРАЙТ № 7-ИУ от 11.06.2019	01.08.2019 – 30.07.2020
	5.	Контракт № 487/ДУ от 16.07.2019 (ЭБС IPRbooks)	01.08.2019 - 31.07.2020
	6.	Контракт № 919/ДУ от 22.10.2018 (ЭБС E-library)	22.10.2018 – 21.10.2019
	7.	Контракт № 878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	8.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	9.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно
2020/2021	1.	Контракт № 503-ДУ от 14.09.2020. (ЭБС «ЛАНЬ»)	14.09.2020 – 13.09.2021
	2.	Контракт № 4204эбс-959-ДУ от 24.12.2019. (ЭБС «ZNANIUM.COM»)	01.01.2020 – 31.12.2020
	3.	Контракт № 392 от 03.07.2020. (ЭБС ЮРАЙТ – (ВО))	01.08.2020 – 31.07.2021
	4.	Контракт № 426-ДУ от 27.07.2020. ЭБС (ЭБС IPRbooks)	01.08.2020 – 31.07.2021
	5.	Контракт № 878/ДУ от 28.11.2019 (ЭБС E-library)	28.11.2019-27.11.2020
	6.	Договор №101/НЭБ/2097 от 28.03.2017 (Национальная электронная библиотека (НЭБ))	28.03.2017 -28.03.2022
	7.	Акт ввода в эксплуатацию Электронной библиотеки ВГАУ № 33 от 19.01.2016	Бессрочно

### 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

### 6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	Практические занятия	MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	+	-	+

### 6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины (\*)

#### 6.3.1. Компьютерные обучающие и контролирующие программы

№ п/п	Вид учебного занятия	Наименование программного обеспечения	Функция программного обеспечения		
			контроль	моделирующая	обучающая
1	занятия лекционного типа	MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	-	+	+
2	занятия семинарского типа	MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning	+	+	+

#### 6.3.2. Аудио- и видеопособия.

Не предусмотрены

#### 6.3.3. Компьютерные презентации учебных курсов.

Средства массовой коммуникации как социальная подсистема.	есть
Массовое поведение и общественное мнение.	есть
Психологические эффекты массовой коммуникации.	есть
Социальное влияние в процессе массовой коммуникации.	есть
Социальные установки в массовом сознании.	есть
Категории медиапсихологии.	есть
Массовая коммуникация как средство формирования социально значимых потребностей	есть

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

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, используемое программное обеспечение : MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1  394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия;</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, индивидуальных и групповых консультаций: комплект учебной мебели, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, используемое программное обеспечение -MS Windows, Office MS Windows, DrWeb ES, 7-Zip, MediaPlayer Classic, Google Chrome / Mozilla Firefox / Internet Explorer, Elearning</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.272</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, набор демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а.117, 118</p>
<p>Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: мебель для хранения и обслуживания учебного оборудования, специализированное оборудование для ремонта компьютеров</p>	<p>394087, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Мичурина, 1, а. 113, 115, 116, 119 120, 122, 123а, 126, 219, 220, 224, 241, 273 (с 16.00 до 20.00), 232а</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы: комплект учебной мебели, демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду</p>	

## 8. Междисциплинарные связи

### Протокол согласования рабочей программы с другими дисциплинами специальности

Наименование дисциплины, с которой проводилось согласование	Кафедра	Предложения об изменениях в рабочей программе. Заключение об итогах согласования	Подпись заведующего кафедрой
Построение межличностных, групповых и организационных коммуникаций	Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права	Согласовано	
Управление общественными отношениями	Гуманитарных дисциплин, гражданского и уголовного права	Согласовано	



