



КГЭУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

АКТУАЛИЗИРОВАНО
Решением Ученого совета ИЦТЭ КГЭУ
Протокол №7 от 19.03.2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института цифровых
технологий и экономики

Наименование института

Э.И. Беляев

«30» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.02 Медиапсихология

Направление
подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность
(профиль)

Управление медиакоммуникациями

Квалификация

Магистр

г. Казань, 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)

Программу разработал(и):

доцент, к.ф.н, доцент _____ Фахрудинова Э.Р.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры-разработчика «Философия и медиакоммуникации», протокол №5 от 19.05.2023

Зав. кафедрой _____ Миннулина Э.Б.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании выпускающей кафедры «Философия и медиакоммуникации», протокол №5 от 19.05.2023

Зав. кафедрой _____ Миннулина Э.Б.

Программа одобрена на заседании методического совета института Цифровых технологий и экономики, протокол № 7 от 30.05.2023

Зам. директора института Цифровых технологий и экономики
_____ В.В. Косулин

Программа принята решением Ученого совета института Цифровых технологий и экономики протокол № 9 от 30.05.2023

1. Цель, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине.

Целью освоения учебной дисциплины является изучение закономерностей влияния средств массовой коммуникации на представления, эмоции и поведение людей.

Задачами освоения дисциплины являются:

- формирование у магистрантов знаний психологических принципов 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.

Компетенции, формируемые у обучающихся, запланированные результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-3 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять планфактный контроль, анализировать отклонения	ПК-3.2. Определяет и осуществляет комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	<i>Знать:</i> - знать психологические эффекты медиакоммуникации (З1); <i>Уметь:</i> - определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (У1); <i>Владеть:</i> - навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (В1).

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Медиapsихология относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.	Последующие дисциплины (модули), практики, НИР, др.

УК-5		Производственная практика (преддипломная практика) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-6		Производственная практика (преддипломная практика) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПК-3		Внутрикорпоративные коммуникации (на английском языке) Правовые аспекты медиакоммуникаций предприятия Экономика медиа Консалтинг в сфере медиабизнеса Деловые медиакоммуникации в медиабизнесе Производственная практика (преддипломная практика) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Для освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основополагающие проблемы в области медиапсихологии, аспекты функционирования медиакультуры в современном обществе;
- структуру и состав современных знаний о медиапсихологии, ее взаимосвязях с общей и социальной психологией;

уметь:

- самостоятельно анализировать разные теоретические подходы и концепции в области медиапсихологии, применять психологические знания в практике организации психологических медиаисследований;

владеть:

- терминологией медиапсихологии и настойчиво стремиться эффективно применять ее как в процессе изучения других дисциплин, так и, в последующем, в профессиональной деятельности.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), всего 108 часов, из которых 26 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа 8 час., занятия семинарского типа (практические, семинарские занятия, лабораторные работы и т.п.) 16 час., самостоятельная работа обучающегося 82 час, контроль самостоятельной работы (КСР) - 2 час.

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			1
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108

КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		26	26
Лекции (Лек)		8	8
Практические (семинарские) занятия (Пр)		16	16
Контроль самостоятельной работы и иная контактная работа (КСР)*		2	2
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:		82	82
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет)			
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ		За	За

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и видам занятий

Разделы дисциплины	Распределение трудоемкости (в часах) по видам учебной работы, включая СРС								Формируемые результаты обучения (знания, умения, навыки)	Литература	Формы текущего контроля успеваемости	Формы промежуточной аттестации	Максимальное количество баллов по балльно-рейтинговой системе	
	Семестр	Занятия лекционного типа	Занятия практического и семинарского типа	Групповые консультации	Самостоятельная работа студента, в т.ч.	Контроль самостоятельной работы (КСР)	подготовка к промежуточной аттестации	Сдача зачета / экзамена						Итого
Раздел 1.														
Предметное поле медиапсихологии. Контент-анализ медиатекстов. Методы медиапсихологии.	1	2	4		20				26	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3.	Доклад, тест	За	15

История становления и развития массмедиа. Массмедиа как психологический феномен.														
Раздел 2.														
Массмедиа и культура. Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.														
Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы. Эмпирические методы исследования, планирование эксперимента.	1	2	4		20				26	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3.	До- клад, тест	За	15
Раздел 3.														
Психология медиапроизводства. Психология рекламы.														
Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории. Анализ современных исследований в области медиаэффектов.	1	2	4		20				26	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3.	До- клад, тест	За	15
Раздел 4.														

Медиаобразование как проблема медиапсихологии. Медиаиммунитет и медиакомпетентность.	1	2	4		22	2			30	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3.	До- клад, тест	За	15
Зачет													За- чет	40
ИТОГО		8	16		82	2			108					100

3.3. Тематический план лекционных занятий

№ п/п	Темы лекционных занятий	Трудоем- кость, час.
1	Предметное поле медиапсихологии.	2
	История становления и развития массмедиа.	
2	Массмедиа и культура.	2
	Психологическое исследование медиакультуры: проблемы и перспективы.	
3	Психология медиапроизводства.	2
	Психология медиакоммуникативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.	
4	Медиаобразование как проблема медиапсихологии.	2
Всего		8

3.4. Тематический план практических занятий

Номер раз- дела дисциплины	Темы практических занятий	Трудоемкость, час.
1	Контент-анализ медиатекстов.	2
1	Массмедиа как психологический феномен.	2
2	Фактор культуры в медиапсихологических исследованиях.	2
2	Эмпирические методы исследования, планирование эксперимента.	2
3	Психология рекламы.	2
3	Анализ современных исследований в области медиаэф- фектов.	2
4	Медиаиммунитет и медиакомпетентность	4
Всего		16

3.5. Тематический план лабораторных работ

Данный вид работы не предусмотрен учебным планом.

3.6. Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Вид СРС	Содержание СРС	Трудоемкость, час.
1	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Темы докладов к Разделу 1, Комплект тестовых заданий к Разделу 1	20
2	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Темы докладов к Разделу 2, Комплект тестовых заданий к Разделу 2	20
3	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Темы докладов к Разделу 3, Комплект тестовых заданий к Разделу 3	20
4	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу	Темы докладов к Разделу 4, Комплект тестовых заданий к Разделу 4, Комплект тем для устного опроса	22
Всего			82

4. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий используются традиционные образовательные технологии (практические занятия, самостоятельное изучение определённых разделов) и современные образовательные технологии, направленные на обеспечение развития у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств: групповые дискуссии, анализ ситуаций и имитационных моделей, работа в команде, преподавание дисциплины на основе результатов научных исследований с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей и т.п.

При реализации дисциплины «Медиапсихология» по образовательной программе «Управление медиакоммуникациями» направления подготовки

магистров 38.04.02 «Менеджмент» применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В образовательном процессе используются:

- электронные образовательные ресурсы (ЭОР), размещенные в личных кабинетах студентов Электронного университета КГЭУ, URL: <http://e.kgeu.ru/>

5. Оценивание результатов обучения

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС).

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: доклад, тестирование.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 1 семестр. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Обобщенные критерии и шкала оценивания уровня сформированности компетенции (дескрипторы достижения компетенции) по итогам освоения дисциплины:

Планируемые результаты обучения	Обобщенные критерии и шкала оценивания результатов обучения			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований, имеют место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний, имеет место много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе, имеет место несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения, имеют место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения, решены типовые задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с негрубыми ошибками, выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки, имеют место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов

<p>Характеристика сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)</p>	<p>Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач</p>	<p>Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству практических задач</p>	<p>Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач</p>	<p>Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач</p>
<p>Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)</p>	<p>Низкий</p>	<p>Ниже среднего</p>	<p>Средний</p>	<p>Высокий</p>

Шкала оценки результатов обучения по дисциплине:

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Уровень сформированности компетенции (индикатора достижения компетенции)			
			Высокий	Средний	Ниже среднего	Низкий
			Шкала оценивания			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
			зачтено			не зачтено
ПК - 3	ПК 3.2.	Знать				
		психологические эффекты медиакommunikации (31);	На высоком уровне знает психологические эффекты медиакommunikации	На хорошем уровне знает психологические эффекты медиакommunikации	Не достаточно хорошо знает психологические эффекты медиакommunikации	Не знает психологические эффекты медиакommunikации
		Уметь				
		определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (У1);	На высоком уровне умеет определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	На хорошем уровне умеет определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не достаточно хорошо умеет определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не умеет определять и осуществлять комплекс мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта
		Владеть				
		навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта (В1).	На высоком уровне владеет навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	На хорошем уровне владеет навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не достаточно хорошо владеет навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Не владеет навыками определения и осуществления комплекса мероприятий, направленных на поддержку формирования корпоративной культуры медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта

Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации приведены в Приложении к рабочей программе дисциплины. Полный комплект заданий и материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине, хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Резепов И.Ш.	Психология рекламы и PR	учебное пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	https://www.iprbookshop.ru/75203.html	1
2	Ульянова, Н. Ю.	Психология делового общения и межличностные коммуникации	учебник	Москва: КноРус	2021	https://book.ru/book/939058	1

2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы)	Наименование	Вид издания (учебник, учебное пособие, др.)	Место издания, издательство	Год издания	Адрес электронного ресурса	Кол-во экземпляров в библиотеке КГЭУ
1	Дедушева, Л. А.	Социология и психология управления	учебно-методическое пособие	Москва: Русайнс	2022	https://book.ru/book/943337	1
2	Крысько, В. Г.	Социальная психология	учебно-методическое пособие	Москва: КноРус	2022	https://book.ru/book/942434	1
3	Чумиков А. Н.	Медиа-рилейшнз	учебное пособие	Москва: Аспект Пресс	2014	http://www.iprbookshop.ru/21062.html	1

6.2. Информационное обеспечение

6.2.1. Электронные и интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование электронных и интернет-ресурсов	Ссылка
1	Энциклопедии, словари, справочники	http://www.rubricon.com
2	Портал «Открытое образование»	http://npoed.ru
3	Единое окно доступа к образовательным ресурсам	http://window.edu.ru

6.2.2. Профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование профессиональных баз данных	Адрес	Режим доступа
1	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»	http://ecsocman.hse.ru/	http://ecsocman.hse.ru/
2	Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования	http://fgosvo.ru	http://fgosvo.ru
3	Электронная библиотека диссертаций (РГБ)	diss.rsl.ru	diss.rsl.ru
4	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru	http://elibrary.ru
5	Электронная библиотека диссертаций (РГБ)	diss.rsl.ru	diss.rsl.ru
6	Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации	http://duma.gov.ru/	http://duma.gov.ru/
7	Web of Science	https://webofknowledge.com/	https://webofknowledge.com/
8	Scopus	https://www.scopus.com	https://www.scopus.com

6.2.3. Информационно-справочные системы

№ п/п	Наименование информационно-справочных систем	Адрес	Режим доступа
1	«Консультант Плюс»	http://consultant.ru	http://www.consultant.ru/
2	«Гарант»	http://www.garant.ru/	http://www.garant.ru/

6.2.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Описание	Реквизиты подтверждающих документов
1	Windows 7 Профессиональная (Pro)	Пользовательская операционная система	ЗАО «СофтЛайнТрейд» №2011.25486 от 28.11.2011. Неискл. право. Бессрочно
2	Office Professional Plus 2007 Windows32 Russian DiskKit MVL CD	Пакет программных продуктов содержащий в себе необходимые офисные программы	ЗАО «СофтЛайнТрейд» №225/10 от 28.01.2010. Неискл. право. Бессрочно
3	Браузер Chrome	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно

4	Браузер Firefox	Система поиска информации в сети интернет	Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно
5	OpenOffice	Пакет офисных приложений	Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно
6	LMS Moodle	ПО для эффективного онлайн-взаимодействия преподавателя и студента	Свободная лицензия. Неискл. право. Бессрочно

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Вид учебной работы	Наименование специальных помещений и помещений для СРС	Оснащенность специальных помещений и помещений для СРС
1	Лекционные занятия, текущий контроль	Помещение для проведения занятий лекционного типа, текущего контроля	<p>Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон.</p> <p>Программное обеспечение:</p> <p>1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>4. LMS Moodle: Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
		Помещение для проведения занятий лекционного типа	<p>Оснащение: доска аудиторная (2 шт.), акустическая система, усилитель-микшер для систем громкой связи, миникомпьютер, монитор, проектор, экран настенно-потолочный, микрофон.</p> <p>Программное обеспечение:</p> <p>1. Windows 7 Профессиональная (Pro): договор №2011.25486 от 28.11.2011, лицензиар – ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии – неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>2. Office Standard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p> <p>4. LMS Moodle: Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно.</p>
2	Практические	Помещения для	Моноблок (15 шт.), проектор, экран.

	(семинарские) занятия	проведения занятий семинарского типа	Доска аудиторная, компьютер в комплекте с монитором, проектор, экран.
			Интерактивная доска, проектор, процессор, доска аудиторная.
			Программное обеспечение: 1. Операционная система Windows 7 Профессиональная (сертифицированная ФСТЭК): №ПО-ЛИЦ 0000/2014 от 27.05.2014, лицензиар - ЗАО "ТаксНет-Сервис", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 2. OfficeProfessionalPlus 2007 Windows32 RussianDiskKit MVL CD: договор №225/10 от 28.01.2010, лицензиар - ЗАО "СофтЛайнТрейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome. Свободная лицензия. тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 4. LMS Moodle. Свободная лицензия, тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно
3	Самостоятельная работа обучающегося	Помещение для проведения самостоятельной работы студента	Моноблок (30 шт.), система видеонаблюдения (6 видеокамер), проектор, экран.
			Программное обеспечение: 1. Windows 10: договор № Tr096148 от 29.09.2020, лицензиар - ООО "Софтлайн трейд", тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - до 14.09.2021 2. OfficeStandard 2007 Russian OLP NL AcademicEdition+: договор №21/2010 от 04.05.2010, лицензиар - ЗАО «Софт Лайн Трейд», тип (вид) лицензии - неискл. право, срок действия лицензии - бессрочно 3. Браузер Chrome, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии – бессрочно. 4. LMS Moodle, свободная лицензия, тип (вид) лицензии – неискл.право, срок действия лицензии - бессрочно.
4		Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Комплект оборудования для диагностики оргтехники и медиатехники, комплект оборудования и инструмента для ремонта оргтехники и медиатехники, комплектующие для ремонта, комплект электроинструмента для проведения монтажных работ

8. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Лица с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) и инвалиды имеют возможность беспрепятственно перемещаться из одного учебно-лабораторного корпуса в другой, подняться на все этажи учебно-лабораторных корпусов, заниматься в учебных и иных помещениях с учетом особенностей психофизического развития и состояния здоровья.

Для обучения лиц с ОВЗ и инвалидов, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, обеспечены условия беспрепятственного доступа во

все учебные помещения. Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ОВЗ и инвалидов, размещена на сайте университета www/kgeu.ru. Имеется возможность оказания технической помощи ассистентом, а также услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушенным слухом справочного, учебного материала по дисциплине обеспечиваются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы оповещения о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагогический работник смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится путем:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ и инвалидами с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой по выбранному направлению подготовки, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- педагогический работник, его собеседник (при необходимости), присутствующие на занятии, представляются обучающимся, при этом каждый раз называется тот, к кому педагогический работник обращается;
- действия, жесты, перемещения педагогического работника коротко и ясно комментируются;
- печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается;
- обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснений на диктофон (по желанию обучающихся).

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов определяется педагогическим работником в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ, инвалиду с учетом их индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Лист внесения изменений

Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины на 20____
/20____ учебный год

В программу вносятся следующие изменения:

1. _____
2. _____
3. _____

*Указываются номера страниц, на которых внесены изменения,
и кратко дается характеристика этих изменений*

Программа одобрена на заседании кафедры –разработчика « ____ » _____
20_г., протокол № _____

Зав. кафедрой _____ И.О. Фамилия
Подпись, дата

Программа одобрена методическим советом института _____
« ____ » _____ 20____ г., протокол № _____

Зам. директора по УМР _____ И.О. Фамилия
Подпись, дата

Согласовано:

Руководитель ОПОП _____ И.О. Фамилия
Подпись, дата

Структура дисциплины для магистров заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего ЗЕ	Всего часов	Семестр
			3
ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ	3	108	108
КОНТАКТНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ, в том числе:		22	22
Лекции (Лек)		8	8
Практические (семинарские) занятия (Пр)		16	16
САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ (СРС), в том числе:		80	80
Подготовка к промежуточной аттестации в форме: (зачет)		4	4
ФОРМА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ		За	За



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КГЭУ»)

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б1.В.02 Медиапсихология

Направление
подготовки

38.04.02 Менеджмент

Направленность
(профиль)

Управление медиакоммуникациями

Квалификация
выпускника

магистр

г. Казань, 2023

Оценочные материалы по дисциплине «Медиапсихология» - комплект контрольно-измерительных материалов, предназначенных для оценивания результатов обучения на соответствие индикаторам достижения компетенции:

ПК-3 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться,

принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять планфактный контроль, анализировать отклонения.

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости, проводимого по балльно-рейтинговой системе (БРС), и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание процесса обучения по дисциплине. При текущем контроле успеваемости используются следующие оценочные средства: тест, доклад.

Промежуточная аттестация имеет целью определить уровень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за 1 семестр. Форма промежуточной аттестации зачет.

Оценочные материалы включают задания для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, разработанные в соответствии с рабочей программой дисциплины.

1. Технологическая карта

Семестр 1

Номер раздела/ темы дисциплины	Вид СРС	Наименование оценочного средства	Запланированные описания дисциплины	Уровень освоения дисциплины, баллы				
				на эудов-но	у дов-но	х орошо	о тлично	
				не зачтено	зачтено			
				низкий	ниже средне го	средний	высокий	
Текущий контроль успеваемости								
Раздел 1	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Тест, докл	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	менее 8	8 - 12	9 - 13	10 - 14	
Раздел 2	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Тест, докл	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	менее 8	8 - 12	9 - 13	10 - 14	

Раздел 3.	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Т ест, дкл	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	менее 8	8 - 12	9 - 13	1 0-14
Раздел 4.	Изучение теоретического материала, подготовка доклада, подготовка к тестированию	Т ест, дкл	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	менее 11	1 1 - 13	1 3 - 15	1 5-18
				менее 35	3 5-49	4 0-54	4 5-60
	Подготовка к устному опросу	С писок тем для устного опроса	ПК-3.2-31 ПК-3.2-У1 ПК-3.2-В1	менее 20	2 0	3 0	4 0
Всего баллов				менее 54	5 5-69	7 0-84	8 5-100

2. Перечень оценочных средств

Краткая характеристика оценочных средств, используемых при текущем контроле успеваемости обучающегося по дисциплине:

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Оценочные материалы
Тест (Тест)	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Комплект тестовых заданий
Доклад (Дкл)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов

3. Фонд оценочных средств текущего контроля успеваемости обучающихся

Наименование оценочного средства	Тест (Тест)
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Комплект тестовых заданий к Разделу 1:</p> <p>1. Медиapsихология – это наука, предметом которой являются:</p> <p>а) особенности психического состояния и поведения индивида в группе,</p>

массе и коллективе, а также специфика совокупной, то есть совместной групповой, коллективной и массовой психической жизнедеятельности людей;

б) закономерные связи субъекта с природным и социокультурным миром, запечатленные в системе чувственных и умственных образов этого мира, мотивов, побуждающих действовать, а также в самих действиях, переживаниях своего отношения к другим людям и самому себе, в свойствах личности как ядра этой системы;

в) *объяснение поведения человека, обусловленное влиянием массмедиа на личность;*

г) человеческое поведение в его выборе между альтернативами под влиянием экономических и психологических факторов.

2.К смежным областям знания медиапсихологии относится:

а) социология;

б) педагогическая психология;

в) философия;

г)экономическая теория;

д) *психология массовых коммуникаций.*

3. К задачами медиапсихологических исследований относятся:

а) маркетинговые исследования аудитории;

б) изучение индивидуально-психологических различий людей;

в) *исследование эффектов массмедиа на личность;*

г) анализ влияния искусства на качество жизни человека.

4. Эффект иллюзии знаний Ноэлле-Нойманна проявляется в:

а) *ошибочности восприятия знаний;*

б) размышления личности о том соответствует ли информация действительности;

в) изменение мнений личности о том или ином событии.

5. Модель двухступенчатого потока коммуникации Лазерфельда предусматривает:

а) *два этапа влияния информации – от СМИ к лидеру общественного мнения и от лидера общественного мнения к «человеку с улицы»;*

б) два этапа воздействия от личности к личности;

в) два этапа влияния – от СМИ к людям

6. Медиаобразование это:

а) анализ контекста массовой коммуникации с точки зрения соблюдения принципов информационно-психологической безопасности;

б) обеспечение коллективного восстановления с помощью медиа;

в) *направление в науки, направленное на формирование навыков использования массмедиа в интересах потребителей, овладение личностью антиманипулятивными стратегиями.*

7. Культурно-психологическая компетентность это:

а) интегральная акмеологическая характеристика личности, влияющая на успешность личности и являющаяся одним из главных психологических условий актуализации потенциальных возможностей личности;

б) способность личности ориентироваться в общественной жизни, понимать общественные явления и тенденции развития социума, принимать ценности общества и человечества, строить на их основе свое поведение и отношение к окружающим.

в) *интегральное социально-психологическое свойство личности, обеспечивающее эффективное взаимодействие личности с различными культурами; условие и результат успешной социализации, культурной*

идентификации, социальной адаптации и развития личности; выполняет функцию расширения представлений личности о себе и окружающем мире, о тех способах и стратегиях взаимодействия с собой и с окружающим миром, которые вырабатываются и поддерживаются в данном культурном социуме.

8. Какие основные направления исследования выделяют в отечественной медиапсихологии?

- а) медиааналитика;
- б) медиаобразование;
- в) медиапотребление;
- г) медиатерапия.

9. Перечислите, что входит в предметное поле медиапсихологии?

10. В работах каких авторов анализируются вопросы, связанные с применением медиатехнологий в психотерапевтической и психологической практике?

- а) Иванов В.Г., Лазарева Е.Ю., Николаев Е.Л.
- б) Алешина Ю.Е., Дубровина И.В., Забродин Ю.М.
- в) Семикин В.В., Пахальян В.Э., Чупров Л.Ф.
- г) Вербицкая Ю.А., Иванов В.Г., Меновщиков В.Ю.

Комплект тестовых заданий к Разделу 2:

1. Появление массовой культуры стало результатом:

- а) индустриализации ;
- б) открытий в науке;
- в) освоения космоса.

2. Каналы распространения массовой культуры – это:

- а) сюжеты для произведений;
- б) средства массовой информации;
- в) средства создания произведений;

3. На сегодняшний день самую большую роль в распространении произведений массовой культуры играет:

- а) интернет;
- б) газеты;
- в) реклама.

4. Массовая культура как социальная реальность индустриальной цивилизации формируется к этому времени:

- а) рубежу XIX-XX вв.
- б) рубежу XX-XXI вв.
- в) концу XX в.

5. Серийность массовой культуры выражается в:

- а) уникальности каждого произведения;
- б) недоступности произведений для большинства населения;
- в) однотипности.

6. Под массовой культурой понимается культура такого общества:

- а) разделенного;
- б) одиночного;
- в) массового.

7. Французский социолог Бодрийар, совершивший путешествие по США с научной целью, подчеркнул:

- а) значимость американской массовой культуры для культуры всего человечества;
- б) опасность американской массовой культуры для культуры всего человечества;
- в) универсальность американской культуры для культуры европейской/

8. Условия, в контексте которых массовидные формы существования культуры оформляются собственно в феномен масскульта, вызревают в конце этого столетия:

- а) 20;
- б) 18;
- в) 19.

9. Усредненность духовных ценностей, их тождественность материальным ценностям, в равной степени выступающих как продукты массового потребления, утверждает такая культура:

- а) элитарная;
- б) *массовая*;
- в) традиционная.

10. Данилевский выделяет следующие периоды в развитии культурно-исторического типа:

- а) зарождение, кульминация, распад;
- б) *этнографический, политический, цивилизационный*;
- в) магический, религиозный, индустриальный.

Комплект тестовых заданий к Разделу 3:

1. К группе демонстрационно-изобразительных средств рекламы относятся:

- а) выкладки товара;
- б) *витрины, муляжи*;
- в) фотореклама, световая реклама.

2. Поддержание осведомленности, удержание в памяти потребителей информации о товаре в промежутках между покупками — эта функция рекламы называется:

- а) *напоминанием*;
- б) увещанием;
- в) убеждением.

3. Aida-model – это модель восприятия рекламы, подразумевающая следующую цепочку: “Внимание – Интерес – ___ – Мотив – Действие”:

- а) Восприятие;
- б) Потребность;
- в) *Желание*.

4. Главные психологические проблемы личных продаж – это проблемы непосредственной коммуникации продавца и покупателя:

- а) нет;
- б) отчасти;
- в) *да*.

5. Создателям современной рекламы необходимо учитывать следующие механизмы межличностного восприятия:

идентификация, эмпатия, стереотипизация, психологическая рефлексия:

- а) нет;
- б) отчасти;
- в) *да*.

6. Реклама, применяемая для формирования долговременного образа товара (услуги):

- а) напоминающая реклама;
- б) информационная реклама;
- в) *имиджевая реклама*.

7. Этически неуместными способами привлечения внимания к современной рекламе являются: повторяемость, интенсивность,

динамичность, контрастность, движение кадра, цветовое воздействие, размер букв, шрифт:

- а) нет;
- б) отчасти;
- в) да.

8. Кто является основоположником психологии рекламы:

- а) Зарецкая;
- б) Скотт;
- в) Шуванов;

9. Наука, изучающая психические процессы в условиях взаимодействия рекламиста и потребителя с целью эффективного удовлетворения нужд и запросов потребителя:

- а) социальная психология;
- б) организационная психология;
- в) психология рекламы.

10. Уровень восприятия рекламного сообщения, восприятие изобразительного решения текстовой информации:

- а) вербально-аудиальный уровень;
- б) визуальный уровень;
- в) вербально-визуальный уровень.

Комплект тестовых заданий к Разделу 4:

1. Медиакомпетентность – это

- а. способность человека к восприятию («чтению»), интерпретации, оценке, созданию и передаче медиатекстов различных видов и жанров.
- б. способность человека разбираться в технических параметрах медиааппаратуры различного уровня сложности.
- в. способность человека к грамотной медитации в пространстве виртуального мира.
- г. способность человека к бережному обращению с медиатехникой разных видов.

2. Фабула медиатекста – это...

- а. пересказ сюжета медиатекста вслух;
- б. часть медиатекста без пролога и эпилога;
- в. цепь событий в сюжете медиатексте, сюжетная схема медиатекста;
- г. изобразительный ряд медиатекста.

3. Медиарепрезентация – это...

- а. презентация нового медиатекста на рынке;
- б. разнообразные виды и формы представления, переосмысления реальности в медиатексте через систему знаков, символов;
- в. презентация авторов нового медиатекста в средствах массовой информации;
- г. презентация новых технологий создания медиатекста.

4. Язык медиа – это...

- а) дизайн медиааппаратуры различных видов;
- б) разговор во время медитации;
- в) параметры медианы;
- г) комплекс средств и приемов выразительности, используемых при создании конкретных медиатекстов.

5. Медиавосприятие – это...

- а) выявление технического качества медиатехники;
- б) восприятие объектов окружающей действительности в процессе медитации;
- в) восприятие медиатекстов любых видов и жанров;
- г) усвоение медицинских терминов различной степени сложности.

6. Медиатекст - это...

	<p>а) субтитры; б) конкретный результат медиапродукции – сообщение в любом виде и жанре медиа; в) текст, нанесенный на поверхности корпусов медиатехники в виде знаков и символов; г) текст, содержащийся в инструкциях по использованию медиатехники.</p> <p>7. Медийный монтаж – это...</p> <p>а) сборка отдельных блоков медиааппаратуры. б) удобное размещение медиатехники в интерьере любого помещения. в) процесс создания медиатекста путем «сборки»/«склейки» единого целого из отдельных частей. г) техническое устройство для мультимедийных спецэффектов.</p> <p>8. Категории медиа – это...</p> <p>а) различные виды и формы медиааппаратуры; б) различные градации стоимости медиатехники; в) различные по структуре медиаагентства; г) различные виды, формы и жанры медиатекстов.</p> <p>9. Медиатека – это...</p> <p>а) магазин, торгующий медиатехникой. б) структурное подразделение учреждения, включающее в себя информационные и мультимедийные средства разных видов, доступные для тех или иных категорий пользователей. в) прокатный пункт компьютерных дисков, видеокассет и DVD. г) терапевтический центр медитации.</p> <p>10. Медиакультура – это...</p> <p>а) совокупность материальных и интеллектуальных ценностей в области медиа, а также исторически определенная система их воспроизводства и функционирования в социуме; по отношению к аудитории «медиакультура» может выступать системой уровней развития личности человека, способного воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, заниматься медиаторчеством, усваивать новые знания в области медиа; б) способность человека культурно вести себя в медиатеке.; в) способность культурного человека к медитации; г) культура продажи медиатехники различных форм и видов.</p>
Критерии оценки и шкала оценивания в баллах	<p>- выполнено 91-100% заданий– 10 баллов (за каждый тест) - выполнено 71- 90% заданий – 8 баллов (за каждый тест); - выполнено 51-70% заданий – 5 баллов (за каждый тест); - выполнено менее 50% заданий – 0 баллов.</p> <p>Максимально количество баллов за семестр - 40.</p>
Наименование оценочного средства	<p style="text-align: center;">Доклад</p>
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Примерные темы докладов к Разделу 1.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Медиа как агент социализации. 2. Теории социализации и эффекты воздействия СМИ. 3. Роль медиа в социальном конструировании реальности. 4. Формирование стереотипов и социальных представлений в процессе массовых коммуникаций. 5. Методы исследования массовых коммуникаций. 6. Медиаметрия. 7. Рейтинги. 8. Опрос. 9. Интервью. 10. Беседа.

11. Тесты.
12. Контент-анализ.
13. Дневниковые записи.
14. Групповые дискуссии.
15. TV-метрия.
16. Дискурс-анализ.
17. Метод фокус-групп.
18. Мета-анализ.

Примерные темы докладов к Разделу 2.

1. Культурные различия в медиаповедении людей.
2. Культурная самоидентификация личности в современном медиапространстве.
3. Медиамир, культурно-психологическое пространство.
4. Переходы и барьеры культурных границ личности.
5. Культура как психологический феномен.
6. Культура как система информации.
7. Культура как коммуникация.
8. Процессы глобализации и культура.
9. Мультимедиа как феномен культуры, средство коммуникаций и культурного обмена.
10. Социально-психологические функции массмедиа в современной культуре и современные тенденции развития массовых коммуникаций.
11. СМИ и культура: эффекты взаимодействия (влияние культуры на массмедиа и воздействие массмедиа на культуру).
12. Теоретические проблемы исследования медиа в различных культурах.
13. Медиакультура и ее особенности.
14. Феномен массовой культуры.
15. Теоретические основы медиакультуры.
16. Современная культура как массмедиа.
17. Медиакультура: от модерна к постмодерну.
18. СМИ в культурном процессе современности.

Примерные темы докладов к Разделу 3.

1. Анализ факторов роста значимости СМИ в современном обществе.
2. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.
3. Дифференцирующие и интегрирующие медиасообщения как направленность на различные социальные группы аудитории.
4. Социально-психологические аспекты новых информационных технологий (прямой эфир, режим онлайн периодических изданий и т.п.).
5. Модели медиаинститутов и их роль в социализации личности.
6. Массмедиа как инструмент манипуляции и средство медиатерапии.
8. Психологическая типология медиатекстов (информационно-фактографические, оценочные, рационально-убеждающие, эмоционально-побуждающие, монологичные, полилогичные, реалистические, деловые, гедонистические и т.д.).
9. Изучение влияния телевидения и Интернета на детей и молодежную аудиторию как приоритетное направление медиапсихологии.
10. Влияние массмедиа на когнитивное и эмоциональное развитие молодежи.
11. Влияние массмедиа на досуговые практики молодежи.
12. Влияние телевидения на поведение детей.
13. Медиа в структуре семейной жизни.
14. Психологические особенности Интернет-культуры.

	<p>15. Психологическое содержание понятия виртуальная реальность. 16. Психологические характеристики интернет-коммуникации. 17. Функции и типология эффектов воздействия Интернета. 18. Особенности самопрезентации личности в интернете.</p> <p>Примерные темы докладов к Разделу 4.</p> <p>1. Роль и функции культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. 2. Анализ программ формирования медиакомпетентности. 3. Разработка рекомендаций по развитию медиаиммунитета личности. 4. Компетентность и психологическая культура личности. 5. Медиакомпетентность как результат медиаобразования и свойство личности. 6. Медиакоммуникативная компетентность, медиаграмотность, медиаобразованность, медиазащищенность: соотношение понятий. 7. Структура и критерии медиакомпетентности. 8. Виды грамотности и образованности в отношении к СМИ (по Майровицу). 9. Понятие «медиаиммунитет» 10. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности. 11. Роль культурно-психологической компетентности в процессе осуществления медиакоммуникативного взаимодействия. 12. Анализ программ формирования медиакомпетентности. 13. Психологические характеристики интернет-коммуникации. 14. Net-мышление. 15. Интернет и три области медиапсихологии (по П. Винтерхофф-Шпурку). 16. Особенности эмоциональной и когнитивной сферы жителей Интернета. 17. Исследования самоотношения и самооценки жителей Интернета. 18. Аддиктивные феномены в виртуальном пространстве.</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>При выполнении докладов учитываются следующие критерии оценки: знание материала, последовательность изложения, владение речью и терминологией.</p> <p>Критериями оценки выполнения докладов, согласно достигнутого уровня, являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание материала раскрыто в полном объеме, предусмотренном программой дисциплины, содержание материала раскрыто последовательно, достаточно хорошо продумано, материал изложен грамотным языком, с точным использованием терминологии, показано умение иллюстрировать материал конкретными примерами – 4 баллов. - показано общее понимание вопроса, достаточное для дальнейшего изучения программного материала, последовательность изложения материала достаточно хорошо продумана, материал изложен грамотным языком, допущены некоторые ошибки в использовании терминологии, показано умение делать обобщение, выводы – 3 баллов. - содержание материала раскрыто неполно, материал изложен верно, однако отмечена непоследовательность изложения материала, в изложении материала имелись затруднения и допущены ошибки в определении понятий и в использовании терминологии – 2 балла. - не раскрыто основное содержание учебного материала, путаница в изложении материала, допущены ошибки в определении понятий, полное неумение делать обобщение, выводы, сравнения – менее 2-х баллов. <p>Количество баллов: максимум – за семестр 20 баллов.</p>

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации

Наименование оценочного средства	Зачет
Представление и содержание оценочных материалов	<p>Примерный перечень вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Предмет, задачи и принципы медиапсихологии.2. Взаимосвязь медиапсихологии с другими науками.3. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакommunikаций.4. Современное состояние медиапсихологических исследований.5. Методы медиапсихологии.6. История эмпирического изучения массмедиа.7. Теории и модели массовых коммуникаций.8. Социально-психологические функции медиа в современном обществе.9. Массмедиа и культура: эффекты взаимодействия.10. Медиакультура как социально-психологический феномен. Социальные представления о медиакультуре.11. Психология медиакультуры в поликультурном мире.12. Теоретическая и практическая значимость исследования медиакультуры.13. Перспективные направления изучения медиакультуры в рамках медиапсихологии.14. Двусторонняя зависимость массмедиа и аудитории.15. Теории и эффекты влияния СМИ на аудиторию.16. Психологические основы функционирования медиа.17. Психологические методы воздействия массмедиа на аудиторию.18. Продвижение медиапроектов как социально - психологический феномен.19. Психология восприятия медиапродукции массмедиа и отношения личности к медиапродуктам.20. Психология потребления медиапродукции.21. Типология аудитории.22. Социально-психологические особенности различных групп аудитории: варианты медиаповедения и медиакommunikативного взаимодействия.23. Психология медиакommunikативного взаимодействия массмедиа и молодежной аудитории.24. Влияние телевидения на когнитивное и эмоциональное развитие детей и молодежи. Эффекты телевидения.25. Психологические особенности интернет-культуры.26. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.27. Психологическое содержание понятия "виртуальная реальность". Аддитивные феномены в виртуальном пространстве.28. Современные исследования в области медиапсихологии.29. Медиаобразование как проблема медиапсихологии. Цели, задачи и направления медиаобразования.30. Зарубежные и отечественные концепции медиаобразования.31. Роль медиаобразовательных стратегий и технологий в оптимизации взаимодействия СМИ и молодежной аудитории.32. Медиаиммунитет личности: структура и функции.33. Роль компетентности и психологической культуры личности в современном мире информации.

	<p>34. Медиакомпетентность: структура, критерии и функции.</p> <p>35. Медиакомпетентность как форма и компонент формирования культурно-психологической компетентности личности.</p> <p>36. Применение медиаобразовательных технологий на практике.</p> <p>37. Программы формирования медиакомпетентности.</p>
<p>Критерии оценки и шкала оценивания в баллах</p>	<p>При выставлении баллов за ответы на вопросы учитываются следующие критерии:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знание понятий, категорий. 2. Владение специальными терминами и использование их при ответе. 3. Умение объяснять, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы 4. Логичность и последовательность ответа. 5. Демонстрация способности участвовать в разработке обобщенных вариантов решения проблем. <p>От 36 до 40 баллов оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</p> <p>От 31 до 35 баллов оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе.</p> <p>От 20 до 30 баллов оценивается ответ, свидетельствующий, в основном, о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.</p>