

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1149137	Прикладная социальная психология

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Психология	Код ОП 1. 37.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Психология	Код направления и уровня подготовки 1. 37.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Боднар Эльвира Львовна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	общей и социальной психологии
2	Оконечникова Любовь Викторовна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	общей и социальной психологии

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Прикладная социальная психология

1.1. Аннотация содержания модуля

В модуль входят дисциплины: Психология массовых коммуникаций, Психология терроризма, Психология рекламы. Освоение модуля позволяет сформировать целостное представление о социально-психологических феноменах, категориях, закономерностях функционирования и развития больших и малых социальных групп, личности в группе, межгрупповой и внутригрупповой коммуникации.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Психология массовых коммуникаций	2
2	Психология терроризма	2
3	Психология рекламы	3
ИТОГО по модулю:		7

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Фундаментальные основы психологии 2. Основы социально-гуманитарного знания
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Психология массовых коммуникаций	ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования	У-1 - Взаимодействовать с разными лицами и группами по вопросам психологической помощи У-3 - Разрабатывать программы индивидуальной работы с клиентами с

	<p>интереса к психологическим знаниям, практике и услугам</p>	<p>учетом конкретных профессиональных задач</p> <p>У-4 - Разрабатывать программы групповой работы по психологической поддержке клиентов</p> <p>П-1 - Обладать опытом проведения работы по психологическому просвещению и привлечению внимания населения к психологическим проблемам</p> <p>П-2 - Обладать опытом анализа социально-значимых проблем и процессов</p> <p>Д-1 - Ораторские навыки</p> <p>Д-2 - Ассертивность (уверенное поведение)</p> <p>Д-3 - Социальный интеллект</p>
<p>Психология рекламы</p>	<p>ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам</p>	<p>З-1 - Знать специфику психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам</p> <p>У-1 - Взаимодействовать с разными лицами и группами по вопросам психологической помощи</p> <p>П-1 - Обладать опытом проведения работы по психологическому просвещению и привлечению внимания населения к психологическим проблемам</p> <p>П-2 - Обладать опытом анализа социально-значимых проблем и процессов</p> <p>Д-3 - Социальный интеллект</p>
<p>Психология терроризма</p>	<p>ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам</p>	<p>З-1 - Знать специфику психического функционирования человека с учетом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам</p> <p>У-1 - Взаимодействовать с разными лицами и группами по вопросам психологической помощи</p>

		<p>П-1 - Обладать опытом проведения работы по психологическому просвещению и привлечению внимания населения к психологическим проблемам</p> <p>П-2 - Обладать опытом анализа социально-значимых проблем и процессов</p> <p>Д-3 - Социальный интеллект</p>
--	--	---

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и очно-заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология массовых коммуникаций

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Оконечникова Любовь Викторовна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	общей и социальной психологии

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Оконечникова Любовь Викторовна, Доцент, общей и социальной психологии

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.	Общее представление о СМИ	
P1.T1.	Психологические особенности СМИ	Соотношение понятий «Массовая коммуникация» и «массовая информация». Специфика массовой коммуникации и межличностного общения. Предмет. Методы и задачи курса. Средства массовой коммуникации в парадигме социальной психологии. Социально-психологические функции МК. Социально-психологические механизмы СМИ
P1.T2.	Массовая коммуникация 21 века.	Отличительные черты современной массовой коммуникации: высокая пропускная способность, интерактивность. Гибкость форм, содержания, использования и т.д.
P2.	Особенности восприятия каналов СМИ.	
P2.T1.	Психологические особенности восприятия основных каналов СМИ: печати, радио, телевидения.	Печать, радио, телевидение как основные средства массовой информации. Общая характеристика МК. Достоинства и ограничения восприятия печати. Радио, телевидения.
P2.T2.	Реклама как СМИ.	Общая характеристика рекламы. Проблема определения рекламы. Основные функции рекламы. Реклама как

		коммуникация и как средство психологического влияния. Психологическая эффективность рекламы.
Р2.Т3.	Интернет как СМИ.	Общая характеристика интернет как СМИ. Основные направления исследования влияния интернета на личность и массы в психологии: личностные особенности и интернет, интернет-технологии и обучение, интернет-форум и психологическое консультирование.
Р3.	Структурные компоненты СМИ.	
Р3.Т1.	Общая характеристика коммуникатора как структурного компонента СМИ.	Психологические характеристики коммуникатора в МК. Качества, позволяющие коммуникатору оказывать влияние на аудиторию. Типы коммуникаторов.
Р3.Т2.	Сообщение как структурный компонент СМИ.	Проблема достоверности, убедительности и эффективности сообщения в МК. Образы социальных групп в СМИ. Агрессивность сообщений в СМИ. Правила подачи информации при освещении терактов и других чрезвычайных происшествий.
Р3.Т3.	Аудитория как структурный компонент СМИ	Общая характеристика социологического и социально-психологического исследований аудитории. Сегментированность аудитории в современных СМИ. Методы изучения аудитории.
Р4.	Основные теории СМИ.	
Р4.Т1.	«Человекоцентрированные» и «медиацентрированные» теории СМИ.	Общая характеристика теорий СМИ. Возможности и ограничения этих теорий. Использование этих теорий в современных СМИ.
Р4.Т2.	Прикладные исследования СМИ	Новостные передачи и приемы манипулирования. Психологические приемы, используемые в современных ток-шоу. Агрессивность в современной мультипликации, телепередачах и фильмах.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике	Д-3 - Социальный интеллект

			и услугам	
--	--	--	-----------	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовых коммуникаций

Электронные ресурсы (издания)

1. Кудрявцева, М. Е.; Психология творчества в массовой коммуникации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> (Электронное издание)
2. Никулина, С. А.; Психология массовой коммуникации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650> (Электронное издание)
3. Евгеньева, Т. В.; Психология массовой политической коммуникации : учебное пособие.; Московский Государственный Университет, Москва; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595260> (Электронное издание)
4. , Василенко, , О. В., Сиволапова, , Е. А., Плаксин, , В. Н.; Социология и психология массовой коммуникации : учебное пособие.; Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, Воронеж; 2015; <http://www.iprbookshop.ru/72754.html> (Электронное издание)
5. Мандель, Б. Р.; Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> (Электронное издание)
6. Двинянинова, Е. Н.; Психология массовых коммуникаций : учебное пособие.; Поволжский государственный технологический университет, Йошкар-Ола; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494306> (Электронное издание)
7. Побединская, , Е. А.; Психология массовых коммуникаций : учебное пособие.; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/92735.html> (Электронное издание)
8. Качалов, , Л. К.; Психология массовых коммуникаций : учебное пособие.; Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Новосибирск; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/102134.html> (Электронное издание)
9. , Никуличев, Ю. В., Бриггз, А., Кобли, П.; Медиа: введение : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (Электронное издание)
10. ; Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации : сборник научных трудов.; Институт психологии РАН, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271662> (Электронное издание)
11. Олешко, В. Ф.; Психология журналистики : учебное пособие.; Флинта|Уральский федеральный университет (УрФУ), Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482451> (Электронное издание)
12. Оконечникова, , Л. В.; Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/68381.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. , Деркач, А. А., Бодалев, А. А., Лаптев, Л. Г., Алалыкина, Н. Н., Бакулев, Г. П., Бычкова, Л. А., Васина, Н. В., Воробьева, О. И.; Психология массовой коммуникации : учеб. для студентов вузов и слушателей курсов системы доп. образования.; Гардарики, Москва; 2008 (1 экз.)
2. Богомолова, Н. Н.; Социальная психология массовой коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности "Психология".; Аспект Пресс, Москва; 2008 (1 экз.)
3. Матвеева, Л. В.; Психология телевизионной коммуникации : учеб. пособие для студентов фак. психологии вузов.; РИП-холдинг, Москва; 2004 (2 экз.)
4. Виноградова, С. М.; Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров.; Юрайт, Москва; 2016 (2 экз.)
5. Харрис, Р., Рысев, С., Орданская, Л.; Психология массовых коммуникаций; Прайм-ЕВРОЗНАК, Санкт-Петербург; 2003 (10 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Международная база цитирований Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>

Международная база цитирований Scopus <https://www.scopus.com/>

Электронный научный архив УрФУ <http://elar.urfu.ru/>

Российская государственная библиотека (Москва) РГБ <http://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) <http://www.nlr.ru/>

Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

Зональная научная библиотека УрФУ <http://lib2.urfu.ru/>

Электронная библиотека MYBRARY <http://mybrary.ru/>

Справочно-библиографическая система <http://search.ebscohost.com/>

ЭБС Университетская библиотека онлайн <https://biblioclub.ru/>

ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/>

ЭБС Библиокомплектатор <http://www.bibliocomplectator.ru/available>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология массовых коммуникаций

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
---	----------------------------------	--	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология терроризма

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Боднар Эльвира Львовна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	общей и социальной психологии

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Боднар Эльвира Львовна, Доцент, общей и социальной психологии

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.	Корни и психология террора.	Социально-культурные предпосылки террора. Идеологическая база террора и террорсреда. Инфраструктура и экономическая база террорсреды.
P2.	Изменение значения термина "терроризм".	Трудности определения термина «терроризм». Терроризм как разновидность войны. Терроризм как проявление психологической несовместимости. Терроризм как продукт психолого-политической нестабильности в обществе.
P3.	Психология террориста.	Психологическая структура террористической деятельности. Мотивация. Личность террориста. Патологический компонент. Аномия. Ущербность. Логика и мышление. Моральные проблемы. «Синдром Зомби». «Синдром Рэмбо». «Синдром камикадзе-шахеда». Преодоление страха смерти. Психологические типы террористов. Психология террористической группы.
P4.	Мотивационные и идейные основы современного терроризма.	Социально-политические, сепаратистские и религиозные мотивы. Религия и терроризм. Появление современного государственного терроризма. Терроризм и эволюция СМИ. Взаимосвязь СМИ, терроризма и его последствий.
P5.	Психологические последствия терроризма.	Групповая сплоченность как следствие теракта. Легитимизация насилия среди населения. Terror Management

		Theory (TMT) Дж. Голдберга. Способы самооправдания, к которым прибегают террористы (сотрудники силовых структур, обыватели) в процессе легитимизации насилия (А.Бандура). Посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР), страх смерти как отсроченное последствие терроризма. Шок, отрицание, чувство вины и ужас как непосредственные последствия терроризма. Паника как массовое последствие терроризма.
--	--	--

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование социально-значимых ценностей	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам	П-2 - Обладать опытом анализа социально-значимых проблем и процессов

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология терроризма

Электронные ресурсы (издания)

1. Боднар, Э. Л.; Психология терроризма : [учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по программе магистратуры по направлению подготовки 030300 "Психология"].; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2013; <http://hdl.handle.net/10995/27931> (Электронное издание)
2. Белашева, И. В.; Психология терроризма : учебное пособие.; Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), Ставрополь; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458914> (Электронное издание)
3. Соснин, В. А.; Психология терроризма и противодействие ему в современном мире : монография.; Институт психологии РАН, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472828> (Электронное издание)
4. Чудинов, С. И.; Терроризм смертников: проблемы научно-философского осмысления (на материале радикального ислама) : монография.; ФЛИНТА, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79474> (Электронное издание)
5. Соснин, В. А.; Современный терроризм. Социально-психологический анализ : монография.;

Институт психологии РАН, Москва; 2008; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87064> (Электронное издание)

6. Россошанский, В. В.; Современный терроризм и его проявления : учебное пособие.; Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», Волгоград; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/97361.html> (Электронное издание)

7. Шевченко, В. М.; Юридическая психология : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «юриспруденция».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81603.html> (Электронное издание)

8. Зибер, А. Э.; Психология террористов и серийных убийц : практикум.; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2016; <http://www.iprbookshop.ru/69427.html> (Электронное издание)

9. Солодовников, С. А.; Терроризм и организованная преступность : монография.; Юнити-Дана|Закон и право, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446508> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Ольшанский, Д. В.; Психология терроризма; Питер, Санкт-Петербург; 2002 (6 экз.)

2. Кожушко, Е., Тарас, А. Е.; Современный терроризм. Анализ основных направлений; Харвест, Минск; 2000 (1 экз.)

3. Букреев, В. И.; Человек агрессивный. (Истоки международного терроризма) : [учеб. пособие].; Флинта, Москва; 2007 (3 экз.)

4. ; Психология террористов и серийных убийц : хрестоматия.; Харвест, Минск; 2004 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Международная база цитирований Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>

Международная база цитирований Scopus <https://www.scopus.com/>

Электронный научный архив УрФУ <http://elar.urfu.ru/>

Российская государственная библиотека (Москва) РГБ <http://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) <http://www.nlr.ru/>

Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

Еникополов С.Н., Лебедев С.В., Бобосов Е.А. Влияние экстремального события на косвенных участников // Психол. журн. 2004. Т.25. № 6. С. 73-76. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17699167>

Терроризм в современной России: состояние и тенденции (круглый стол) // Социологические исследования – 2001. – № 5. Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/05-2001/002Terrorizm.pdf>

Терроризм в современном мире. Опыт междисциплинарного анализа (материалы круглого стола) // Вопросы философии. – 2005. – № 6. Режим доступа: <https://guseinov.ru/publ/terror.html>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

Зональная научная библиотека УрФУ <http://lib2.urfu.ru/>

Электронная библиотека MYBRARY <http://mybrary.ru/>

Справочно-библиографическая система <http://search.ebscohost.com/>

ЭБС Университетская библиотека онлайн <https://biblioclub.ru/>

ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/>

ЭБС Библиокомплектатор <http://www.bibliocomplectator.ru/available>

Портал образовательных ресурсов УрФУ <http://study.urfu.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология терроризма

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		<p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Психология рекламы

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Оконечникова Любовь Викторовна	кандидат психологических наук, доцент	Доцент	общей и социальной психологии

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Оконечникова Любовь Викторовна, Доцент, общей и социальной психологии**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1.	Общее представление о рекламе	
P1.T1.	Проблема определения рекламы, ее типы и функции.	Многообразные формы проявления рекламы и трудности ее определения. «Узкие» определения коммерческой рекламы. Трудность определения социальной рекламы. Реклама как комплекс рекламных мероприятий. Реклама как социальный институт и культурный феномен. Направленность на аудиторию, территория распространения, использование выразительных средств, форма подачи, этап рекламируемого товара и т.д. – как основания различных типология рекламы. Основные функции рекламы: экономическая, пропагандистская, информационная, социальная, социально-психологическая.
P1.T2.	История изучения рекламы.	История развития рекламы за рубежом. Основные этапы развития рекламы в России. Советский период – как период «заката» коммерческой рекламы и «расцвета» политической рекламы. Особенности рекламы в современной России.
P1.T3.	Реклама как предмет изучения разных отраслей научного знания	Социология и реклама как социальный институт. Основные составляющие этого института.

		<p>Экономика – как наука, изучающая экономическую эффективность рекламы, основное отличие этой эффективности от других видов эффективности.</p> <p>Реклама как феномен современной культуры и предмет изучения культурологии.</p> <p>Лингвистика как наука, изучающая речевой компонент рекламы.</p> <p>Юриспруденция как наука, разрабатывающая законы ограничения рекламы.</p> <p>Проблема выделения предмета психологии рекламы. Феномен психологической эффективности рекламы.</p>
P2.	Методы изучения рекламы.	
P2.T1.	Качественные методы изучения рекламы	Глубинное интервью, фокус-группа, метод свободных ассоциаций, рисуночные методы как наиболее распространенные качественные методы изучения рекламы. Особенности их модификаций, возможности и ограничения.
P2.T2.	Количественные методы изучения рекламы.	Анкета, опрос (формализованное интервью), семантический дифференциал как основные методы изучения рекламы. Специфика их использования и ограничения.
P2.T3.	Психологическая экспертиза различных видов реклам.	Понятие психологической экспертизы, основные требования к ней. Анализ психологических экспертиз наружной рекламы, рекламного сообщения, визуального ряда рекламы, оценка этичности рекламы. Общая характеристика рекламы. Проблема определения рекламы. Основные функции рекламы. Реклама как коммуникация и как средство психологического влияния. Психологическая эффективность рекламы.
P3.	Психологические особенности влияния рекламы.	
P3.T1.	Особенности психологического влияния и психические процессы личности	<p>Особенности мотивационно-потребностной сферы и влияние рекламы. Иерархия потребностей и ее приложение к рекламной деятельности.</p> <p>Эмоции в рекламном сообщении.</p> <p>Обострение ощущений и сенсбилизация в рекламе.</p> <p>Особенности восприятия. Восприятие шрифта, цветовой гаммы, формы в рекламе. Подпороговое восприятие в рекламе. «Слепые заголовки».</p> <p>Основные свойства внимания и расположения товара. Приемы привлечения внимания.</p> <p>Методы, способствующие улучшению подачи рекламного материала (метод локальной привязки. метод дополнительного структурирования, метод напоминания, метод ассоциаций и др.), как методы стимулирующие внимание и память.</p>

		Ассоциативное мышление, языковые средства и рекламный текст.
Р3.Т2.	Основные виды социального влияния, используемые в рекламе.	<p>Понятие «социальное влияние» и использование многообразия видов социального влияния в рекламе.</p> <p>Внушение и особенности его проявления в рекламе (расширение аудитории, запоминание, и узнавание при покупке и т.д.).</p> <p>Подражание как вид социального влияния. Особенности подражание рекламе у детей, подростков, взрослых.</p> <p>Убеждение, формы его проявления в рекламе. Уникальное торговое предложение как форма проявления убеждения.</p> <p>Стереотип и имидж - мишени социального влияния в рекламе.</p> <p>Идентификация и варианты ее использования для более убедительной рекламы.</p> <p>Механизм ореола как форма влияния, привлекающая внимание к товару.</p>
Р3.Т3.	Основные психологические школы и использование их идей в современной рекламе	<p>Две методологических традиции организации научно-практических исследований и прикладных разработок в области рекламной деятельности: «немецкая» (Б.Витис, Т. Кениг, К. Фридлендер) и «американская» (Дж. Уотсон, В.Паккрд, Э. Дихтер).</p> <p>Бихевиоризм и его роль в развитии психологии рекламы.</p> <p>Психоанализ: воздействие на подсознание покупателя.</p> <p>Гештальтская теория восприятия информации и ее значение для психологии рекламной деятельности.</p> <p>Реклама и когнитивный диссонанс.</p> <p>НЛП и эриксоновский гипноз как техники внушения. Используемые в современной рекламе.</p>
Р3.Т4.	Слоган и логотип как основные составляющие рекламы: специфика их влияния.	<p>Определения и функции слогана, типы слоганов. Основные составляющие слогана в рекламной коммуникации.</p> <p>Маркетинговая и художественная ценности слогана. Особенности определения этих ценностей и сопоставления.</p> <p>Логотип как часть знаковой системы, используемой кампанией для коммуникации с внутренней и внешней аудиторией или как подпись кампании на ее материалах.</p> <p>Основные критерии логотипа. Особенности логотипа для корпоративной рекламы. Случаи необязательности логотипа и его замены.</p>

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-4 - Способен оценивать и удовлетворять потребности и запросы целевой аудитории для стимулирования интереса к психологическим знаниям, практике и услугам	Д-3 - Социальный интеллект

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология рекламы

Электронные ресурсы (издания)

1. Оконечникова, Л. В.; Психологические методы исследования рекламы : учебно-методическое пособие.; Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, Екатеринбург; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/68381.html> (Электронное издание)
2. Бородина, Н. В.; Психология рекламы : учебное пособие.; Сочинский государственный университет, Сочи; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/106582.html> (Электронное издание)
3. Гуревич, П. С.; Психология рекламы : учебник для студентов вузов.; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81554.html> (Электронное издание)
4. Резепов, И. Ш.; Психология рекламы и PR : учебное пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2018; <http://www.iprbookshop.ru/75203.html> (Электронное издание)
5. Байбардина, Т. Н.; Психология рекламы. Практикум : учебное пособие.; Вышэйшая школа, Минск; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/35534.html> (Электронное издание)
6. Мандель, Б. Р.; Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327> (Электронное издание)
7. Мандель, Б. Р.; Психология рекламы: история, проблематика : учебное пособие.; ФЛИНТА, Москва; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364058> (Электронное издание)
8. Лебедева, Л. В.; Психология рекламы : учебное пособие.; Тюменский государственный университет, Тюмень; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567248> (Электронное издание)
9. Андреева, А. А.; Психология рекламы: учебно-методическое пособие для студентов направления «Журналистика» (Дидактические материалы для самостоятельной работы) : учебно-методическое пособие.; Тюменский государственный университет, Тюмень; 2016;

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571744> (Электронное издание)

10. Никулина, С. А.; Психология массовой коммуникации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650> (Электронное издание)

11. , Никуличев, Ю. В., Бриггз, А., Кобли, П.; Медиа: введение : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114784> (Электронное издание)

12. Докторов, Б. З.; Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов : монография.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=210885> (Электронное издание)

13. Измайлова, М. А.; Психология рекламной деятельности : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573368> (Электронное издание)

14. Кудрявцева, М. Е.; Психология творчества в массовой коммуникации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=223219> (Электронное издание)

15. Лебедев, А. Н.; Личность в системе маркетинговых коммуникаций : монография.; Институт психологии РАН, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430544> (Электронное издание)

16. Никулина, С. А.; Психология массовой коммуникации : учебное пособие.; Директ-Медиа, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235650> (Электронное издание)

17. Новаторов, В. Е.; Персональный маркетинг : монография.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=430606> (Электронное издание)

18. ; Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации : сборник научных трудов.; Институт психологии РАН, Москва; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271662> (Электронное издание)

19. , Столяренко, А. М.; Социальная психология : учебник.; Юнити, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446598> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Мозер, К., Круглова, М. А.; Психология маркетинга и рекламы : [пер. с нем.]; Гуманитарный центр, Харьков; 2013 (2 экз.)

2. Лебедев-Любимов, А. Н.; Психология рекламы : [учеб. пособие для вузов по специальностям психологии]; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2008 (7 экз.)

3. Зазыкин, В. Г.; Психология рекламы и рекламной деятельности : учеб. пособие для студентов вузов.; ЭЛИТ, Москва; 2009 (9 экз.)

4. Кириллова, Н. Б., Чудаков, М. Ф.; Медиакультура: От модерна к постмодерну; Академический Проект, Москва; 2005 (58 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Международная база цитирований Web of Science <https://apps.webofknowledge.com/>

Международная база цитирований Scopus <https://www.scopus.com/>

Электронный научный архив УрФУ <http://elar.urfu.ru/>

Российская государственная библиотека (Москва) РГБ <http://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) <http://www.nlr.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

Зональная научная библиотека УрФУ <http://lib2.urfu.ru/>

Электронная библиотека MYBRARY <http://mybrary.ru/>

Справочно-библиографическая система <http://search.ebscohost.com/>

ЭБС Университетская библиотека онлайн <https://biblioclub.ru/>

ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/>

ЭБС Библиокомплектатор <http://www.bibliocomplectator.ru/available>

Портал образовательных ресурсов УрФУ <http://study.urfu.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология рекламы

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>