

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Р.В. Смирнова
04.04.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой педагогических
практик и сервисных индустрий
А.С. Джангазиева
04.04.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология средств массовой информации

Составитель	Джумагалиева Г.Р., канд.психол.н., доцент каф-ры ППСИ
Направление подготовки	39.03.02 Социальная работа
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	заочная
Год приема	2023
Курс	4
Семестр(ы)	8

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины «Психология средств массовой информации» являются: познакомить студентов с системой средств массовой информации и ее функционированием, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, эволюцию концепций, приемов и методов коммуникации..

1.2. Задачи освоения дисциплины «Психология средств массовой информации»: изучение специфики коммуникативного процесса в условиях массовой коммуникации; раскрытие специфических сторон общения в массовой коммуникации; изучение социальных и социально-психологических функций массовой коммуникации; социально-психологическое изучение структурных компонентов массовой коммуникации..

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Психология средств массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины) (Б1.Д.04.02) и осваивается в 8 семестре.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими учебными дисциплинами:

- *Деонтология социальной работы*
- *Психология социальной работы*
- *Введение в информационные технологии*
- *Речевые практики*

Знания:

- основных категорий и понятий научной психологии, ее важнейшие направления, подходы и теории;
- основных закономерностей развития человека на разных этапах онтогенеза, психологических новообразований каждого возрастного периода, особенностей становления, развития и смены ведущих видов деятельности в процессе онтогенеза;
- закономерностей общения и взаимодействия людей, характеристик больших и малых групп, особенностей личности и ее деятельности в результате включения в социальные группы;
- психологической сущности и структуры процесса учения и воспитания, основных концепций обучения и направления воспитания, особенностей и основных компонентов педагогической деятельности.

Умения:

- применять психологические методы и интерпретировать их результаты;
- выявлять и учитывать особенности деятельности и психического развития ребенка;
- учитывать в своей профессиональной деятельности социально-психологические особенности взаимодействия и общения внутри учебного коллектива и управлять динамикой групповых процессов;
- анализировать собственную деятельность, личностные особенности и межличностные отношения в коллективе с целью их совершенствования.

Навыки:

- владения средствами правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья, быть готовым к достижению должного уровня физической и психологической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;

- использования специфики этнокультурного развития своей страны для формирования и эффективного использования социоинженерных и социально-технологических практик обеспечения психосоциальной, структурной и комплексно ориентированной социальной работы.

2.3. Последующие учебные дисциплины и практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

- *Производственная практика;*
- *Бакалаврская работа*

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующей(их) компетенции(ий) в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

а) универсальных (УК):

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах);

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации	УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения	УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой	УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества	УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

	истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений		
--	--	--	--

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы, в том числе 72 часа, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (из них 4 часа – лекционные, 4 часа - практические, семинарские занятия), 64 часа – на самостоятельную работу обучающихся.

Итоговый контроль знаний – 8 семестр - экзамен.

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины

Раздел, тема дисциплины	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Форма текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации [по семестрам]
		Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
Тема 1. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и социальных установок.	8	1	1			16	Фронтальный опрос Тест Практическая работа
Тема 2. Психологические аспекты восприятия информации в СМИ.		1	1			16	Фронтальный опрос Практическая работа
Тема 3. Психология медиапотребления и медиазависимости.		1	1			16	Фронтальный опрос Тест Практическая работа
Тема 4. Психологические основы создания эффективных медиа-сообщений.		1	1			16	Фронтальный опрос, Тест, Эссе
ИТОГО		4	4			64	экзамен

Таблица 3 – Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых компетенций

Раздел, тема дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции		общее количество компетенций
		УК-4	УК-5	
Тема 1. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и социальных установок.	18	+	+	2
Тема 2. Психологические аспекты	18	+	+	2

восприятия информации в СМИ.				
Тема 3. Психология медиапотребления и медиазависимости.	18	+	+	2
Тема 4. Психологические основы создания эффективных медиа-сообщений.	18	+	+	2
ИТОГО	72			

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и социальных установок.

Анализ механизмов формирования общественного мнения под воздействием СМИ (повестка дня, кадрирование, спиралью молчания). Изучение влияния различных типов СМИ (печатные, электронные, социальные сети) на формирование социальных установок, стереотипов и предрассудков. Рассмотрение концепций пропаганды, манипуляции и убеждения в контексте СМИ. Примеры влияния СМИ на политические, социальные и экономические процессы. Анализ критических подходов к изучению влияния СМИ, таких как теория ограниченного влияния и теория использования и удовлетворения.

Тема 2. Психологические аспекты восприятия информации в СМИ.

Исследование когнитивных процессов, вовлеченных в восприятие информации из СМИ (внимание, память, понимание). Анализ влияния факторов, связанных с самим сообщением (структура, язык, эмоциональность), источником сообщения (достоверность, авторитет) и реципиентом (личностные характеристики, предшествующий опыт) на восприятие и интерпретацию информации. Изучение эффектов искажения восприятия, таких как эффект ореола, эффект первичности/недавности, подтверждающее искажение. Анализ роли визуальных и аудио элементов в передаче информации и формировании эмоций.

Тема 3. Психология медиапотребления и медиазависимости.

Анализ мотивации медиапотребления (информация, развлечение, социальная интеграция, самооценка). Изучение моделей медиапотребления и их влияние на психическое и физическое здоровье. Рассмотрение феномена медиазависимости, ее симптомов, причин и последствий. Анализ влияния различных типов медиа на разные возрастные и социальные группы. Изучение стратегий управления медиапотреблением и профилактики медиазависимости. Обсуждение этических аспектов медиапотребления и ответственности СМИ.

Тема 4. Психологические основы создания эффективных медиа-сообщений.

Принципы построения убедительных сообщений, учитывающие психологические особенности аудитории. Использование различных риторических приемов и техник для привлечения внимания и воздействия на эмоции. Применение знаний о когнитивных искажениях для повышения эффективности коммуникации. Анализ различных стратегий фрейминга и их влияния на восприятие информации. Изучение методов оценки эффективности медиа-кампаний. Обсуждение этических аспектов создания медиа-сообщений и ответственности создателей контента.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Организационно-методической базой проведения семинарских занятий является учебный план специальности. На основе него объем часов аудиторных занятий, отведенный для каждой учебной дисциплины и междисциплинарного курса, делится на часы лекционных, практических, лабораторных и других занятий соответствующими кафедрами, с указанием форм контроля текущей и итоговой аттестации обучаемых.

Преподаватель, назначенный для проведения практических/семинарских занятий обязан до начала учебного процесса подготовить учебно-методические материалы, необходимые для проведения семинарских занятий. К ним относятся: рабочая программа учебной дисциплины или междисциплинарного курса; методические материалы для проведения семинарских (практических и др.) занятий.

Разработанный комплект учебно-методических материалов предоставляется в бумажном и электронном виде, обсуждается и утверждается на заседании кафедры перед началом учебного года.

Преподаватель обязан проводить занятия в строгом соответствии с годовым учебным графиком и утвержденным на его основе расписанием лекций.

При разработке методики семинарских занятий важное место занимает вопрос о взаимосвязи между семинаром и лекцией, семинаром и самостоятельной работой студентов, о характере и способах такой взаимосвязи. Семинар не должен повторять лекцию, и, вместе с тем, его руководителю необходимо сохранить связь принципиальных положений лекции с содержанием семинарского занятия.

Как правило, семинару предшествует лекция по той же теме.

Обязательным в начале лекционного, семинарского занятия проводится контроль знаний, обязательным проведение проектной работы в команде.

Преподаватель, проводящий лекционные и семинарские занятия, обязан вести учет посещаемости студентов - по журналам групп. В случае неявки студентов на лекцию преподаватель обязан незамедлительно информировать учебный отдел.

В процессе практических (семинарских) занятий, наряду с формированием умений и навыков, обобщаются, систематизируются, конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

На практических (семинарских) занятиях применяются следующие формы работы:

- 1) Фронтальная – все студенты выполняют задание;
- 2) Групповая – одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек;
- 3) Индивидуальная – каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Структура практических занятий: вступление преподавателя, работа студентов по заданиям преподавателя, которая требует дополнительных разъяснений, собственно практическая часть, включающая разбор конкретных ситуаций, решение ситуационных задач.

В структуре практического занятия традиционно выделяют следующие этапы: организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов), обучающий этап (педагогический рассказ, инструкции по выполнению заданий), самостоятельная работа студентов на занятии, контроль конечного уровня усвоения знаний, заключительный этап.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине «**Психология средств массовой информации**» составляет 64 часа.

Самостоятельная работа осуществляется в форме подготовки к практическим занятиям и выполнения творческих заданий. По каждой теме предусмотрено выполнение большого количества разнообразных заданий, направленных на закрепление полученных знаний.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
<p>Психология влияния дезинформации и фейковых новостей: Эта тема может исследовать когнитивные искажения, которые делают людей восприимчивыми к дезинформации, механизмы распространения фейков в социальных сетях, а также стратегии противодействия дезинформации и повышения медиаграмотности. Можно включить анализ конкретных кейсов и изучение психологических профилей людей, склонных к распространению фейковых новостей.</p>	16	письменное домашнее задание
<p>Психология политической рекламы и пропаганды: Эта тема углубится в изучение методов манипуляции общественным мнением с помощью политической рекламы и пропаганды. Анализ психологических техник, используемых в политических кампаниях, изучение воздействия политической риторики на эмоциональное и когнитивное состояние избирателей, а также рассмотрение вопросов этики в политическом маркетинге.</p>	16	письменное домашнее задание
<p>Психология воздействия СМИ на формирование идентичности и самооценки: Эта тема сосредоточится на изучении того, как СМИ влияют на формирование личности, самовосприятия и самооценки, особенно у подростков и молодых людей. Можно рассматривать влияние социальных медиа на формирование образа тела, проблемы сравнения себя с идеализированными образами в СМИ, и развитие нарциссизма в условиях постоянного онлайн-внимания.</p>	16	письменное домашнее задание
<p>Психология использования игровых механик в СМИ и их влияние на поведение аудитории: Эта тема исследует применение игровых принципов (геймификации) в различных медиа-средах, например, в новостных сайтах, социальных сетях и приложениях. Анализ психологических факторов, которые делают геймификацию эффективной, изучение потенциальных рисков (например, зависимость от контента) и способы управления пользовательским поведением с помощью игровых механик.</p>	16	письменное домашнее задание

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Для выполнения всех видов письменных работ по дисциплине на занятиях и дома обучающимся рекомендуется иметь рабочую тетрадь. Все письменные домашние задания выполняются по учебникам, указанным в перечне основной и дополнительной литературы для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Требования к творческим заданиям и проектам

Творческое задание/проект предполагает проверку знаний по изученной теме. Творческое задание/проект позволяет совершенствовать умения студентов анализировать научную литературу; укрепляет научные основы социально-педагогических исследований; развивает способность студентов к профессиональной рефлексии, актуализирует стремление к личностному и профессиональному росту.

Для подготовки к творческому заданию/проекту внимательно изучите материал лекции, конспект семинара, дополнительную литературу, выучите термины из Словаря по данной теме. В ходе проведения творческой работы Вам необходимо дать развернутое письменное собственное мнение по заданной проблематике, объемом не более 2 страниц.

Творческое задание/проект должна быть выполнена в редакторе Microsoft Word. Необходимо выполнение следующих параметров: отступы справа, слева, сверху, снизу – 2 см., шрифт – Times New Roman, 12. Творческая работа присылается преподавателю по электронной почте в соответствии со сроком, указанным в рабочем плане студента. Творческая работа, не выполненная в срок, оценивается в 50 баллов.

Требования к проведению кейс - задачи

Проблемное задание, в котором предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

Проведение кейс - задачи включает:

- ознакомление с проблемной ситуацией;
- объяснение алгоритма действий по выполнению кейс-задачи;
- показ алгоритма действий, в процессе которого преподаватель демонстрирует как правильно выполнять кейс-задачу;
- подведение итогов выполнения кейс - задачи.

Подготовка к экзамену

Экзамен - является итоговой формой оценивания знаний студента по всему курсу изученной дисциплины. Экзамен проводится в письменной форме, очно. Для подготовки к экзамену понадобится материал курса лекций, конспекты практических занятий, словарь терминов. При высоком уровне подготовки к практическим занятиям и составлении конспектов дополнительной литературы к каждой теме, можно избежать обращения к дополнительным источникам знаний при подготовке к экзамену. Пользование конспектом или другими носителями информации на экзамене строго запрещено. Итоговая оценка по дисциплине будет учитывать результаты творческих работ, тестирования и экзамена.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: кейс - задачи, творческие групповые и индивидуальные задания, проектная деятельность.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и социальных установок.	<i>Обзорная лекция</i>	Фронтальный опрос Тест Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 2. Психологические аспекты восприятия информации в СМИ.	<i>Лекция - дискуссия</i>	Фронтальный опрос Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 3. Психология медиапотребления и медиазависимости.	<i>Лекция - дискуссия</i>	Фронтальный опрос Тест Практическая работа	<i>Не предусмотрено</i>
Тема 4. Психологические основы создания эффективных медиа-сообщений.	<i>Лекция - дискуссия</i>	Фронтальный опрос, Тест, Эссе	<i>Не предусмотрено</i>

6.2. Информационные технологии

При реализации различных видов учебной и внеучебной работы используются следующие информационные технологии:

- использование возможностей интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление обучающихся с оценками и т. д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т. е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров.

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа	Виртуальная обучающая среда

дистанционного обучения LMS Moodle	
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер
Paint .NET	Растровый графический редактор
VLC Player	Медиапроигрыватель
WinDjView	Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>
2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru
3. Электронная библиотечная система IPRbooks. www.iprbookshop.ru
4. Электронно-библиотечная система elibrary. <http://elibrary.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «**Психология средств массовой информации**» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемый раздел, тема дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1-4	УК-5, УК-4	Устный опрос
Темы 1,2,3	УК-5, УК-4	Практическая работа
Темы 1,3,4	УК-5, УК-4	Тест

Тема 4	УК-5, УК-4	Эссе
--------	------------	------

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Влияние СМИ на формирование общественного мнения и социальных установок.

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ механизмов формирования общественного мнения под воздействием СМИ (повестка дня, кадрирование, спиралью молчания).

2. Изучение влияния различных типов СМИ (печатные, электронные, социальные сети) на формирование социальных установок, стереотипов и предрассудков.
3. Рассмотрение концепций пропаганды, манипуляции и убеждения в контексте СМИ.
4. Примеры влияния СМИ на политические, социальные и экономические процессы.
5. Анализ критических подходов к изучению влияния СМИ, таких как теория ограниченного влияния и теория использования и удовлетворения.

Практическая работа:

1. Проанализируйте влияние социальных сетей на формирование общественного мнения, указав как положительные, так и отрицательные стороны.

2. Рассмотрите роль СМИ в формировании общественного мнения во время политических кампаний. Приведите конкретный пример и проанализируйте использованные методы.

3. Сравните влияние традиционных СМИ (телевидение, радио, газеты) и новых медиа (интернет, социальные сети) на формирование социальных установок у молодежи.

Тест:

1. Какое из утверждений наиболее точно описывает роль СМИ в обществе?
 - а) СМИ исключительно информируют население о событиях.
 - б) СМИ формируют общественное мнение, но не влияют на социальные установки.
 - в) СМИ играют значительную роль в формировании общественного мнения и социальных установок.
 - г) СМИ не оказывают никакого влияния на общество.
2. Что такое "спираль молчания"?
 - а) Процесс, при котором СМИ замалчивают определенную информацию.
 - б) Тенденция людей молчать, если они считают свое мнение непопулярным.
 - в) Метод манипуляции общественным мнением через скрытую рекламу.
 - г) Распространение ложной информации в СМИ.
3. Какой тип СМИ оказывает наибольшее влияние на формирование общественного мнения в современном мире?
 - а) Печатные издания
 - б) Радио
 - в) Телевидение
 - г) Интернет и социальные сети
4. Что такое "повестка дня"?
 - а) Список тем, обсуждаемых в СМИ.
 - б) План мероприятий на день.
 - в) Политическая программа партии.
 - г) Экономический прогноз.
5. Каким образом СМИ могут манипулировать общественным мнением? (выберите несколько вариантов)
 - а) Селективное освещение информации
 - б) Использование эмоционально окрашенного языка
 - в) Представление информации в выгодном свете для определенной группы
 - г) Публикация заведомо ложных фактов

Тема 2. Психологические аспекты восприятия информации в СМИ.

Вопросы для обсуждения:

1. Исследование когнитивных процессов, вовлеченных в восприятие информации из СМИ (внимание, память, понимание).
2. Анализ влияния факторов, связанных с самим сообщением (структура, язык, эмоциональность), источником сообщения (достоверность, авторитет) и реципиентом (личностные характеристики, предшествующий опыт) на восприятие и интерпретацию информации.
3. Изучение эффектов искажения восприятия, таких как эффект ореола, эффект первичности/недавности, подтверждающее искажение.
4. Анализ роли визуальных и аудио элементов в передаче информации и формировании эмоций.

Практическая работа:

1. Анализ заголовков: Выберите 5 новостных статей из разных СМИ (например, газеты, новостного сайта, телеканала). Проанализируйте заголовки на предмет использования психологических приемов (например, эмоционально окрашенных слов, риторических вопросов, преувеличений, негативной или позитивной коннотации). Определите, к какой аудитории и с какой целью адресован каждый заголовок. Объясните, как выбранный заголовок влияет на вероятность прочтения статьи.

2. Анализ визуального ряда: Выберите телевизионный репортаж или новостной ролик. Проанализируйте использование визуальных элементов (кадры, музыка, монтаж, цветовая гамма) для воздействия на эмоции зрителя и формирования определенного мнения о событии. Как эти элементы усиливают или ослабляют сообщение? Какие психологические эффекты используются?

3. Анализ фрейминга: Найдите две статьи из разных источников, освещающие одно и то же событие. Проанализируйте, как в каждой статье представлена информация (фрейминг): какие аспекты события выделены, какие слова и выражения используются, какой эмоциональный тон преобладает. Как разный фрейминг влияет на восприятие события читателем? Какой из фреймов, на ваш взгляд, более объективен и почему?

4. Анализ эффекта ореола: Выберите статью, где упоминается известная личность. Проанализируйте, как упоминание этой личности влияет на восприятие информации, связанной с ней (эффект ореола). Как авторы используют этот эффект для манипуляции мнением читателя?

5. Анализ когнитивных искажений: Выберите несколько новостных материалов, в которых, по вашему мнению, присутствуют когнитивные искажения (например, эффект подтверждения, предвзятость выжившего, ошибка игрока). Опишите, какие именно искажения вы обнаружили и как они влияют на восприятие информации.

Тема 3. Психология медиапотребления и медиазависимости.

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ мотивации медиапотребления (информация, развлечение, социальная интеграция, самооценка).
2. Изучение моделей медиапотребления и их влияние на психическое и физическое здоровье.
3. Рассмотрение феномена медиазависимости, ее симптомов, причин и последствий.
4. Анализ влияния различных типов медиа на разные возрастные и социальные группы.
5. Изучение стратегий управления медиапотреблением и профилактики медиазависимости.

6. Обсуждение этических аспектов медиапотребления и ответственности СМИ.

Тест:

1. Что такое медиапотребление?

- а) Процесс использования медиа для развлечения.
- б) Процесс восприятия и интерпретации информации из медиа.
- в) Процесс создания медиаконтента.
- г) Процесс покупки медиаустройств.

2. Какой фактор НЕ является основным фактором, влияющим на медиапотребление?

- а) Возраст
- б) Пол
- с) Цвет глаз
- г) Социальный статус

3. Что характеризует медиазависимость?

- а) Умеренное использование медиа.
- б) Неконтролируемое стремление к употреблению медиа.
- в) Использование медиа для решения конкретных задач.
- г) Критическое отношение к медиаконтенту.

4. Какие из перечисленных последствий могут быть вызваны медиазависимостью?

- а) Улучшение памяти и концентрации внимания.
- б) Депрессия и тревожность.
- в) Повышение успеваемости в учёбе.
- г) Укрепление социальных связей.

5. Что такое "эффект использования и удовлетворения"?

- а) Связь между использованием медиа и уровнем удовлетворения от этого использования.
- б) Влияние рекламы на покупательское поведение.
- в) Способность медиа формировать общественное мнение.
- г) Процесс адаптации к новым медиатехнологиям.

Практическая работа:

Проанализируйте влияние социальных сетей на формирование самооценки у подростков. Укажите как позитивные, так и негативные аспекты этого влияния, приведите конкретные примеры.

Тема 4. Психологические основы создания эффективных медиа-сообщений.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы построения убедительных сообщений, учитывающие психологические особенности аудитории.
2. Использование различных риторических приемов и техник для привлечения внимания и воздействия на эмоции.
3. Применение знаний о когнитивных искажениях для повышения эффективности коммуникации.
4. Анализ различных стратегий фрейминга и их влияния на восприятие информации.
5. Изучение методов оценки эффективности медиа-кампаний. Обсуждение этических аспектов создания медиа-сообщений и ответственности создателей контента.

Тест:

1. Какой психологический принцип лежит в основе использования ярких образов и запоминающихся слоганов в рекламе?

- a) Принцип классического обусловливания
 - б) Принцип эффекта новизны
 - с) Принцип гештальт-психологии
 - d) Принцип когнитивного диссонанса
2. Что такое фрейминг в контексте создания медиа-сообщений?
- a) Использование юмора для привлечения внимания
 - б) Выбор определенного ракурса для представления информации
 - с) Повторение ключевых слов для лучшего запоминания
 - d) Создание ощущения срочности
3. Какая из перечисленных потребностей по Маслоу чаще всего используется в рекламе?
- a) Потребность в самоактуализации
 - б) Потребность в безопасности
 - с) Потребность в принадлежности
 - d) Все перечисленные
4. Что такое когнитивное искажение?
- a) Способность человека объективно оценивать информацию
 - б) Систематическая ошибка в мышлении
 - с) Процесс принятия решений на основе логики
 - d) Способность к эмпатии
5. Какой эффект используется, когда в рекламе демонстрируется привлекательный человек, использующий рекламируемый продукт?
- a) Эффект ореола
 - б) Эффект новизны
 - с) Эффект контраста
 - d) Эффект Пигмалиона
6. Что такое социальное доказательство?
- a) Использование научных данных для подтверждения эффективности продукта
 - б) Ссылка на мнение авторитетного источника
 - с) Демонстрация того, что продукт популярен и используется многими людьми
 - d) Гарантия возврата денег
7. Какой тип памяти наиболее важен для запоминания рекламных сообщений?
- a) Сенсорная память
 - б) Кратковременная память
 - с) Долговременная память
 - d) Рабочая память
8. Что такое эмоциональный отклик на рекламное сообщение?
- a) Рациональное обоснование покупки
 - б) Чувства и эмоции, которые вызывает сообщение у аудитории
 - с) Понимание смысла сообщения
 - d) Запоминание информации из сообщения
9. Какая стратегия убеждения основана на авторитете источника информации?

- a) Стратегия влияния
- б) Стратегия убеждения через страх
- с) Стратегия апелляции к авторитету
- d) Стратегия привлечения внимания

10. Что такое "эффект бумеранга" в контексте медиа-сообщений?

- a) Положительный отклик аудитории на сообщение
- б) Негативный отклик аудитории на сообщение, противоположный намерениям создателей
- с) Нейтральный отклик аудитории на сообщение
- d) Полное игнорирование сообщения аудиторией

Эссе:

Напишите эссе на тему: "Роль психологии в создании этических и эффективных медиа-сообщений". Рассмотрите как положительные, так и отрицательные стороны использования психологических приемов в медиа-коммуникации, и предложите способы минимизации рисков манипуляции и дезинформации.

Перечень вопросов и заданий, выносимых на экзамен:

1. Определите предмет и задачи психологии средств массовой информации. В чем её отличие от других психологических дисциплин?
2. Какие основные этапы прошла психология СМИ в своем развитии? Назовите ключевые фигуры и их вклад.
3. Объясните понятия "массовая коммуникация" и "средства массовой информации". Какие типы СМИ вы знаете?
4. Раскройте основные модели коммуникации в контексте СМИ (например, модель Шеннона-Уивера, модель Лассуэлла). Какие у них преимущества и недостатки?
5. Как СМИ влияют на формирование общественного мнения? Опишите механизмы этого влияния.
6. Какие психологические факторы влияют на восприятие информации, передаваемой через СМИ?
7. Опишите феномен селективного восприятия информации. Какие механизмы ему лежат в основе?
8. Объясните, как работают когнитивные искажения (например, подтверждение собственных убеждений, эффект ореола) в контексте потребления медиаконтента.
9. Как СМИ используют психологические принципы для привлечения внимания аудитории? Приведите примеры.
10. Как влияет на восприятие информация, поданная в различных медиаформатах (текст, изображение, видео)?
11. Опишите влияние СМИ на формирование самооценки и идентичности личности.
12. Как СМИ формируют стереотипы и предрассудки? Приведите примеры.
13. Раскройте проблему агрессии и насилия в СМИ. Какое влияние оказывает просмотр насилия на психику человека?
14. Как СМИ влияют на политические взгляды и избирательное поведение?
15. Опишите влияние СМИ на формирование потребительского поведения. Какие психологические техники используются для манипуляции потребителями?
16. В чем заключаются особенности восприятия информации в новых медиа (интернет, социальные сети)?
17. Опишите феномен "цифровой зависимости" и её психологические механизмы.
18. Как социальные сети влияют на межличностные отношения и социальную коммуникацию?
19. Раскройте проблему кибербуллинга и его психологические последствия.

20. Какие этические проблемы возникают в связи с развитием новых медиа?
21. Как психологические знания могут быть использованы в создании эффективной рекламной кампании?
22. Как можно использовать психологические методы для повышения эффективности пропаганды (в позитивном ключе)?
23. Какие методы применяются для изучения эффективности СМИ?
24. Опишите роль психолога в медиаиндустрии.
25. Как противостоять манипуляции со стороны СМИ?

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
Код и наименование проверяемой компетенции				
УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах)				
1.	Задание закрытого типа	Какое из следующих явлений описывает тенденцию СМИ представлять информацию, которая подтверждает уже существующие убеждения аудитории? а) Спиральное молчание б) Эффект подтверждения в) Агенда-сеттинг г) Кумулятивный эффект	б	1
2.		Что такое "кадр" в контексте фрейминга информации? а) Фотография или видеоклип в новостной программе б) Способы организации и представления информации, влияющие на ее восприятие в) Время, отведенное на освещение конкретного события г) Группа журналистов, работающих над одним проектом	б	1
3.		Как называется эффект, при котором длительное воздействие СМИ приводит к искаженному представлению о реальности? а) Эффект ореола	б	1

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<p>б) Кумулятивный эффект</p> <p>в) Эффект первичности</p> <p>г) Эффект новизны</p>		
4.		<p>Что утверждает "спиральное молчание" Элизабет Ноэль-Нойманн?</p> <p>а) Люди, чьи взгляды отличаются от доминирующего мнения, молчат из-за страха изоляции.</p> <p>б) СМИ создают иллюзию общественного консенсуса.</p> <p>в) Повторение информации усиливает ее влияние.</p> <p>г) Все вышеперечисленное.</p>	г	1
5.		<p>В чём заключается основное различие между теорией культивирования и теорией использования и удовлетворения (uses and gratifications)?</p> <p>а) Теория культивирования фокусируется на влиянии СМИ на элиты, а теория использования и удовлетворения – на рядовых граждан.</p> <p>б) Теория культивирования изучает долгосрочное воздействие СМИ, а теория использования и удовлетворения – краткосрочное.</p> <p>в) Теория культивирования рассматривает СМИ как источник влияния, навязывающего свою картину мира, а теория использования и удовлетворения – как инструмент, используемый</p>	В	1

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		аудиторией для удовлетворения своих потребностей. d) Теория культивирования применима только к телевидению, а теория использования и удовлетворения – ко всем видам СМИ.		
6.	Задание открытого типа	Как СМИ формируют общественное мнение в условиях информационной войны?	В условиях информационной войны СМИ активно участвуют в формировании общественного мнения, распространяя пропаганду, дезинформацию и манипулируя фактами. Цель – повлиять на взгляды и действия аудитории в интересах определенной стороны конфликта. Критическое мышление и медиаграмотность становятся особенно важными в таких условиях.	3-5
7.		Объясните понятие "повестка дня", установленная СМИ.	"Повестка дня", установленная СМИ (agenda-setting), – это процесс, посредством которого СМИ определяют, какие темы важны для общества. Путем выбора новостей, их подачи и частоты упоминания СМИ формируют общественное мнение о значимости тех или иных событий и проблем, даже не пытаясь непосредственно влиять на взгляды аудитории.	3-5
8.		Каковы основные механизмы воздействия СМИ на аудиторию?	Основные механизмы воздействия СМИ включают: когнитивное воздействие (изменение знаний, убеждений); аффективное воздействие (изменение эмоций, настроения); поведенческое воздействие (изменение действий, привычек); персуазивное воздействие (убеждение, склонение к определенному мнению или действию); кумулятивное воздействие (накопление эффекта от многократного воздействия); латентное воздействие (скрытое, долгосрочное влияние). Эти механизмы часто действуют взаимосвязано.	3-5
9.		Что такое "аффективная	Аудитория выбирает СМИ, которые	3-5

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		гедоническая модель" в контексте потребления СМИ?	вызывают положительные эмоции и избегает тех, которые вызывают негативные.	
10.		Что такое повестка дня СМИ	Тематика и проблемы, которые СМИ постоянно освещают, формируя общественное мнение.	3-5
Код и наименование проверяемой компетенции				
УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах				
1.	Задание закрытого типа	<p>Что такое "эхо-камера"?</p> <p>а) Технология обработки звука</p> <p>б) Ситуация, когда человек получает информацию только из источников, подтверждающих его взгляды</p> <p>в) Инструмент для мониторинга СМИ</p> <p>г) Вид политической пропаганды</p>	б	1
2.		<p>Как СМИ могут использовать эффект привыкания?</p> <p>а) Повторением информации</p> <p>б) Использованием ярких образов</p> <p>в) Обращением к эмоциям</p> <p>г) Все ответы верны</p>	а	1
3.		<p>Что такое когнитивное диссонанс?</p> <p>а) Состояние комфорта и согласия</p> <p>б) Психологический дискомфорт, возникающий при столкновении противоречивых убеждений</p> <p>в) Способность критически оценивать информацию</p> <p>г) Процесс обработки информации</p>	б	1
4.		<p>акое психологическое явление использует реклама,</p>	г	1

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		<p>когда использует известных людей для продвижения своих товаров?</p> <p>а) Классическое обусловливание</p> <p>б) Оперативное обусловливание</p> <p>в) Социальное сравнение</p> <p>г) Эффект ореола</p>		
5.		<p>Объясните, как феномен "иллюзии прозрачности" может влиять на эффективность политической пропаганды.</p> <p>а) Люди легко распознают манипулятивные приёмы в политической рекламе.</p> <p>б) Люди недооценивают влияние пропаганды на себя, переоценивая свою критичность.</p> <p>в) Люди переоценивают степень понимания их собственных убеждений другими, что может привести к недооценке эффективности пропаганды, направленной на изменение их мнения.</p> <p>г) Иллюзия прозрачности не связана с эффективностью политической пропаганды.</p>	<p>Б</p> <p>Иллюзия прозрачности – это когнитивное искажение, при котором люди переоценивают степень, в которой их внутренние состояния (мысли, чувства, мотивы) понятны окружающим. В контексте политической пропаганды это означает, что люди думают, что они легко распознают манипулятивные техники и не поддаются им. На самом деле, пропаганда часто работает на подсознательном уровне, используя эмоциональные призывы, когнитивные искажения и другие методы, которые не всегда осознаются.</p>	1
6.	Задание открытого типа	<p>Какое влияние оказывают социальные сети на психическое здоровье?</p>	<p>Социальные сети могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на психическое здоровье. Позитивное влияние заключается в возможности общения и социальной поддержки. Отрицательное влияние связано с кибербуллингом, социальным сравнением, зависимостью от социальных сетей, стрессом от постоянного доступа к информации и формированием нереалистичных представлений о</p>	3-5

п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			жизни других людей.	
7.		Как СМИ используют стереотипы и предрассудки?	СМИ могут как воспроизводить, так и формировать стереотипы и предрассудки, представляя определенные социальные группы в упрощенном и искаженном виде. Это может привести к дискриминации и нетерпимости.	3-5
8.		Что такое фрейминг в контексте СМИ?	Фрейминг – это способ представления информации, который влияет на восприятие аудитории. Выбор определенных слов, углов обзора, контекста и деталей может изменить восприятие события и сформировать определенное отношение к нему.	3-5
9.		Как СМИ используют психологические приемы для привлечения внимания аудитории?	СМИ используют разнообразные психологические приемы, включая: яркие визуальные эффекты, сенсационные заголовки, эмоционально заряженный язык, истории о знаменитостях, обращение к базовым человеческим потребностям (страх, любопытство, стремление к принадлежности), применение принципов гештальт-психологии (группировка, близость, замыкание), использование различных когнитивных искажений (например, эффект ореола).	3-5
10.		В чем заключается эффект культивации?	Эффект культивации заключается в том, что длительное и интенсивное потребление телевидения формирует у зрителей искаженное восприятие реальности, соответствующее картинке, созданной СМИ. Например, постоянный просмотр криминальных новостей может привести к переоценке уровня преступности в обществе.	3-5

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины, и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок:				
1.	Выступления на семинарских занятиях:			по календарно-тематическому плану
1.1.	полный ответ по вопросу	5/1-2 балла	10	
1.2.	дополнение	10/0,5 балла	5	
2.	доклад (сообщение) по дополнительной теме	2/1-2,5 баллов	5	по календарно-тематическому плану
3.	Практическая работа	3/1-2,5 балла	7,5	по календарно-тематическому плану
4.	Тест	3/1-2,5 балла	7,5	по календарно-тематическому плану
5.	Эссе	1/1-5	5	по календарно-тематическому плану
Всего			40	
Блок бонусов:				
6.1.	Посещение занятий	0,2 балла за занятие, но не более 4	10	по календарно-тематическому плану
6.2.	Активность студента на занятии	0,4 балла за занятие, но не более 3		
6.3.	Наличие тематических портфолио	0,2 балла но не более 1		
6.4.	Участие с докладами на научных конференциях	0,2 балла но не более 2		
Всего			10	
Дополнительный блок:				
7.	Экзамен	В соответствии с установленным и кафедрой критериями	50	по расписанию
Всего			50	
Итого:			100	

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Опоздание на занятие</i>	-5
<i>Нарушение учебной дисциплины</i>	-5
<i>Неготовность к занятию</i>	-5
<i>Пропуск занятия без уважительной причины</i>	-5

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале
90–100	5 (отлично)
85–89	4 (хорошо)
75–84	
70–74	
65–69	3 (удовлетворительно)
60–64	
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учебное пособие / М. И. Алексеева, Л. Д. Болотова, Е. Л. Вартанова. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. — ISBN 978-5-7567-0594-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8841.html>

2. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Галаганова, С. Г. Медиapsихология и манипуляция сознанием : учебно-методическое пособие / С. Г. Галаганова. - Москва : Издательство МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2019. - 110 с. - ISBN 978-5-7038-5165-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785703851654.html>

2. Харламова, Т. М. Психология влияния : учебное пособие / Т. М. Харламова. - 5-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2022. - 111 с. - ISBN 978-5-9765-0139-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501393.html>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». www.studentlibrary.ru

2. База данных «Цифровая библиотека IPRsmart (IPRsmart ONE)» <https://www.iprbookshop.ru/>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционная аудитория с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, зал открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Аудитория для семинарских занятий с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, организации командной работы со студентами.

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).