МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

Директор Социо-гуманитарного
Института
_____ Голобородько И.Л.
03.09.2026 г.

Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

рабочая программа дисциплины (модуля)

Разработано **Высшая школа Коммуникаций и медиа**

Учебный план b420302_26_1 жур.plx
Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**
Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 48
самостоятельная работа 59,8

Виды контроля в семестрах:
зачет с оценкой 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
Недель	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.фил.н., доцент, Панков В.В.
к.и.н., доцент Забдулин Р.М.

Рецензент(ы):
к.ф.н., доцент Макеева Е.Г.

Согласовано РОП:

Рабочая программа дисциплины
Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

разработана в соответствии с ФГОС 3++:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524)

составлена на основании учебного плана:

Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2026 протокол № 11.

Рабочая программа одобрена на заседании ВМКиМ

Протокол от 03.09.2026 г. № 1
Срок действия программы: 2026-2030 уч.г.
Руководитель подразделения: Джунушалиева Гульмира Дженишевна

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

_____
(должность)

_____
(ФИО)

_____2026 г.

Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Высшая школа Коммуникаций и медиа**

Учебный план b420302_26_1 жур.plx
Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108

в том числе:

аудиторные занятия 48

самостоятельная работа 59,8

Виды контроля в семестрах:
зачет с оценкой 3

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**3 (2.1)**		Итого	
Недель	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,2	0,2	0,2	0,2
В том числе инт.	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,2	48,2	48,2	48,2
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.фил.н., доцент, Панков В.В. _____

Рецензент(ы):
_____

Согласовано РОП:
_____

Рабочая программа дисциплины
Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

разработана в соответствии с ФГОС 3++:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524)

составлена на основании учебного плана:

Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2026 протокол № 11.

Рабочая программа одобрена на заседании _____

Протокол от 03.09.2026 г. № 1
Срок действия программы: 2026-2030 уч.г.
Руководитель подразделения: Джунушалиева Гульмира Дженишевна

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
к рабочей программе дисциплины (модуля)

Психологические риски и стратегические факторы медиасреды

наименование дисциплины

№ п/п	Основание внесения изменения	Раздел/ пункт	Содержание изменения
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Цель дисциплины оснастить знаниями, умениями и навыками в области психологии массовых коммуникаций

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.01
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Всеобщая история
2.1.2	История отечественной журналистики XVIII - XIX веков
2.1.3	История отечественной журналистики XX века
2.1.4	Основы критического мышления
2.1.5	Профессиональная этика журналиста
2.1.6	Теория и практика массовой информации
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Теория политики
2.2.2	Геополитика
2.2.3	Психология массовой коммуникации
2.2.4	Социология массовых коммуникаций
2.2.5	Теория и практика массовой информации
2.2.6	Правовые основы журналистики
2.2.7	Эмпирическая социология

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-3: Проверяет достоверность информации, используя социологические, политологические, культурологические методы исследования, базы данных, прочие компьютерные технологии, разграничивает факты и мнения	
Знать:	
Уровень 1	Основные психологические риски в медиасреде (когнитивные искажения, манипуляции, эффект «эхо-камеры»).
Уровень 2	Стратегические факторы формирования медиаконтента (алгоритмы, таргетинг, влияние социальных сетей).
Уровень 3	Методы проверки достоверности информации: критический анализ источников, фактчекинг, работа с базами данных.
Уметь:	
Уровень 1	Анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков (выявлять признаки манипуляции, эмоциональной окраски).
Уровень 2	Применять методы проверки достоверности информации (сравнение источников, использование фактчекинговых сервисов).
Уровень 3	Интерпретировать данные из открытых и специализированных баз, учитывая стратегические факторы медиасреды.
Владеть:	
Уровень 1	Инструментами мониторинга медиапространства (поиск, фильтрация, аналитические сервисы).
Уровень 2	Компьютерными технологиями для анализа информации (системы фактчекинга, программы для анализа больших данных).
Уровень 3	Методами критического мышления и психологической оценки рисков при работе с информацией.

ПК-4: Способен подготовить журналистский текст/продукт о функционировании и деятельности политических, социальных, законодательных, судебно-исполнительных структурах, международной информационной повестке, нормах и ценностях, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации, а также другими медиа, и адресованный разным аудиторным группам	
Знать:	
Уровень 1	Психологические риски восприятия информации в медиасреде (эффект фрейминга, эмоциональные триггеры, когнитивные искажения).
Уровень 2	Стратегические факторы влияния на медиаповестку (алгоритмы распространения, таргетинг, медиапланирование).
Уровень 3	Жанры и форматы журналистских материалов для разных каналов и аудиторий. Нормы этики и правовые требования при подготовке материалов о политических и социальных структурах.
Уметь:	
Уровень 1	Анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков и стратегических факторов.

Уровень 2	Подбирать форму подачи материала (текст, мультимедиа) для разных каналов и целевых групп. Структурировать материал так, чтобы минимизировать манипулятивные эффекты и повысить достоверность.
Уровень 3	Применять методы фактчекинга и критического анализа при работе с информацией о политических и социальных институтах.
Владеть:	
Уровень 1	Технологиями подготовки журналистских материалов (текстовых, визуальных, мультимедийных) для различных платформ.
Уровень 2	Навыками адаптации контента под психологические особенности восприятия разных аудиторий.
Уровень 3	Методами стратегического планирования медиапродукта с учётом рисков и этических норм.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	Обучающийся должен знать психологические риски и когнитивные искажения в медиасреде, механизмы манипуляции и стратегические факторы формирования информационной повестки, включая алгоритмы распространения контента, таргетинг и медиапланирование. Также необходимо понимание методов проверки достоверности информации, принципов разграничения фактов и мнений, жанров и форматов журналистских материалов для различных каналов и аудиторий, а также этических и правовых норм работы с информацией о политических и социальных структурах.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	анализировать медиаконтент с учётом психологических рисков и стратегических факторов, применять методы фактчекинга и критического анализа, работать с базами данных, структурировать и адаптировать материалы для разных каналов и целевых групп, минимизировать манипулятивные эффекты и обеспечивать достоверность информации, а также подбирать форму подачи материала с учётом особенностей восприятия аудитории.
3.3	**Владеть:**
3.3.1	Обучающийся должен владеть инструментами мониторинга медиапространства и анализа информационных потоков, компьютерными технологиями для проверки достоверности и подготовки медиапродуктов, навыками создания журналистских материалов в текстовом, визуальном и мультимедийном форматах, методами стратегического планирования медиапродукта с учётом психологических рисков и этических норм, а также технологиями адаптации контента под разные аудитории и каналы коммуникации.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Пр. подг.	Примечание
	Раздел 1. Психологические риски медиасреды							
1.1	Понятие психологических рисков в медиасреде. /Лек/	3	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.2	Анализ медиаконтента на когнитивные искажения. /Пр/	3	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.5 Л2.6Л3.4 Э1 Э2 Э3		2	Дискуссия на тему: "Психологические ловушки рекламных манипуляций"
1.3	Подготовка эссе «Психологические риски в медиасреде» /Ср/	3	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			

1.4	Когнитивные искажения и их влияние на восприятие информации /Лек/	3	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.5	Кейсы по манипулятивным стратегиям /Пр/	3	6		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3		2	
1.6	Анализ кейсов манипулятивных стратегий (по материалам СМИ) /Ср/	3	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.7	Эмоциональные триггеры и механизмы манипуляции /Лек/	3	2		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			Дискуссия на тему: "Каким образом формируются убеждения у человека"
1.8	Разбор примеров эмоционального воздействия /Пр/	3	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.3 Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.9	Составление таблицы когнитивных искажений с примерами /Ср/	3	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.10	Социально-психологические эффекты (эхо-камера, групповое мышление) /Лек/	3	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.11	Социально-психологические эффекты (эхо-камера, групповое мышление) /Пр/	3	4		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
1.12	Социально-психологические эффекты (эхо-камера, групповое мышление) /Ср/	3	5,8		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.5Л3.4 Э1 Э2 Э3			
	Раздел 2. Стратегические факторы медиасреды							
2.1	Алгоритмы распространения контента и их влияние на аудиторию Таргетинг и персонализация информации: возможности и риски /Лек/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.2	Разработка медиаплана с учётом стратегических факторов Анализ кейсов информационных кампаний /Пр/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.3	Подготовка презентации «Алгоритмы и их влияние на медиаповестку» /Ср/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			

2.4	Медиапланирование и медиастратегии /Лек/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.5	Медиапланирование и медиастратегии /Пр/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.6	Медиапланирование и медиастратегии /Ср/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.7	Информационные кампании: цели и методы /Лек/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			Круглый стол на тему: "Психология массовых коммуникаций в современном мире"
2.8	Информационные кампании: цели и методы /Пр/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.9	Информационные кампании: цели и методы /Ср/	3	8		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.10	Инструменты мониторинга медиасреды /Лек/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.11	Мониторинг медиапространства (практическое задание) /Пр/	3	2		Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.1 Л2.3 Л2.5 Л2.6Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.12	Составление медиастратегии для условного проекта /Ср/	3	22		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.13	Стратегии управления кризисными коммуникациями /Лек/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.14	Моделирование антикризисной коммуникации /Пр/	3	2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3	2		Дискуссия на тему: "Нейросети в массовых коммуникациях: современность и будущее"
2.15	Составление медиастратегии для условного проекта /Ср/	3	4		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			
2.16	/КрТО/	3	0,2		Л1.2 Л1.4Л3.4 Э1 Э2 Э3			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Дайте определение психологических рисков в медиасреде.
Какие когнитивные искажения чаще всего встречаются в медиаконтенте?
Объясните эффект «эхо-камеры».
Что такое информационное давление?
Назовите основные эмоциональные триггеры в медиасреде.
Как фейковые новости влияют на психологическое состояние аудитории?
Приведите примеры манипулятивных стратегий в СМИ.
Какие социально-психологические эффекты усиливают риски?
Что такое таргетинг и как он связан с психологическими рисками?
Назовите принципы этики при работе с медиаконтентом.
Какие алгоритмы влияют на распространение информации?

Объясните понятие медиаповестки.
Как персонализация контента влияет на восприятие?
Назовите методы фактчекинга.
Какие инструменты мониторинга медиасреды вы знаете?
Что такое медиапланирование?
Как стратегические факторы формируют информационные кампании?
Назовите признаки манипуляции в медиатексте.
Какие риски связаны с кризисными коммуникациями?
Объясните роль журналиста в снижении психологических рисков.
Какие подходы помогают минимизировать манипулятивные эффекты?
Назовите ключевые элементы медиастратегии.
Что такое информационная безопасность аудитории?
Как социальные сети усиливают психологические риски?
Какие правовые нормы регулируют медиапространство?
Объясните взаимосвязь этики и стратегического управления медиасредой.
Какие методы анализа медиаконтента применяются для выявления рисков?
Назовите основные этапы разработки медиапроекта.
Как адаптировать контент для разных аудиторий?
Какие технологии используются для снижения психологических рисков?

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Дисциплина не предусматривает курсовую работу

5.3. Фонд оценочных средств

Промежуточная аттестация (30 вопросов)

Дайте определение стратегических факторов медиасреды.
Как алгоритмы персонализации влияют на медиаповедение?
Назовите основные подходы к снижению манипулятивных эффектов.
Какие методы анализа медиасреды применяются для выявления рисков?
Объясните взаимосвязь психологических рисков и стратегических факторов.
Какие элементы медиастратегии обязательны?
Как кризисные коммуникации влияют на аудиторию?
Назовите принципы этики при медиапланировании.
Какие технологии используются для мониторинга медиапространства?
Объясните роль фактчекинга в снижении рисков.
Какие когнитивные искажения наиболее опасны для восприятия новостей?
Как эмоциональные триггеры влияют на поведение аудитории?
Назовите признаки информационного давления.
Какие социальные эффекты усиливают риски?
Объясните понятие информационной кампании.
Как адаптировать контент для разных каналов?
Какие методы используются для анализа кризисных кейсов?
Назовите ключевые факторы формирования медиаповестки.
Какие правовые нормы регулируют стратегическое управление медиасредой?
Объясните понятие медиабезопасности.
Какие подходы применяются для защиты аудитории от манипуляций?
Назовите основные инструменты стратегического планирования.
Как социальные сети влияют на медиастратегии?
Какие риски связаны с таргетингом?
Объясните роль журналиста в формировании безопасной медиасреды.
Какие методы критического анализа информации вы знаете?
Назовите этапы разработки антикризисной коммуникации.
Какие технологии помогают выявлять фейковые новости?
Как этика влияет на стратегические решения в медиапространстве?
Какие компетенции необходимы для работы с психологическими рисками?

5.4. Перечень видов оценочных средств

Эссе: «Психологические риски в медиасреде и пути их минимизации».
Анализ кейса: выявите признаки манипуляции в предложенном материале.
Мини-исследование: составьте таблицу когнитивных искажений с примерами.
Презентация: «Алгоритмы распространения контента и их влияние на аудиторию».

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Зуляр Ю.А.	Массовые коммуникации в рекламе: Учебник для вузов	Иркутск: Оттиск 2006
Л1.2	Майерс Д.	Социальная психология: учебник	СПб.: Питер 2001
Л1.3	Василенко О. В., Сиволапова Е. А., Плаксин В. Н.	Социология и психология массовой коммуникации: Учебное пособие	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого 2015
Л1.4	Шихирев П.Н.	Современная социальная психология	Москва: Ин-т психологии РАН, КСП+ 2000
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Капферер Жан-Ноэль, Домнин В.Н.	Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда: Учебное пособие	М.: Вершина 2007
Л2.2	Каплунов Д.	Копирайтинг массового поражения: Учебное пособие	СПб.: Питер 2012
Л2.3	Дилтс Р., Чурсин В.П.	Изменение убеждений с помощью НЛП	М.: Независимая фирма Класс (Биб-ка психологии и психотерапии) 2000
Л2.4	Боденхамер Б., Холл М.	НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП: учебник	СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК 2003
Л2.5	Алдер Х.	НЛП:современные психотехнологии	СПб.: Питер 2000
Л2.6	Эрнисова Н.Э., Зайнулин Р.Ш.	НЛП в маркетинговых коммуникациях как метод воздействия на потребителя: выпускная квалификационная работа	Бишкек 2017
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Н.Н. Богомолова	Социальная психология массовой коммуникации: Учебное пособие для студентов вузов	2010
Л3.2	Костина А.В., Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И.	Основы рекламы: Учебное пособие	М.: КНОРУС 2006
Л3.3	Перминова М. С.	Социология общественных связей и отношений: Практикум	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ 2015
Л3.4	Чалдини Р., Волков Е., Волкова И.	Психология влияния: учебное пособие	СПб.: Питер 2001
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"			
Э1	Портал изданий по психологии		https://psyjournals.ru/
Э2	Психологическая газета		https://psy.su/
Э3	Информационный портал по психологии		https://www.psychology-online.net/
6.3. Перечень информационных и образовательных технологий			
6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии			
6.3.1.1	В ходе прочтения данного курса, используются традиционные и интерактивные методы образования.		
6.3.1.2	В качестве традиционных методов используется проведение практических занятий и лекций.		
6.3.1.3	В форме интерактивных занятий применяется: деловая игра, брэйн шторм и дискуссия.		
6.3.1.4	Деловая игра – это способ обучения через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки. Деловая игра – это уникальная возможность выйти за рамки привычного образа действий и выявить потенциал для собственного личностного роста. Формат деловой игры обеспечивает гораздо более высокий уровень вовлеченности и мотивации участников, чем классические формы обучения, что способствует быстрому и качественному усвоению материала.		
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения			
6.3.2.1	LIBRARY.RU / РИНЦ — крупнейшая российская научная электронная библиотека и индекс научного цитирования.		
6.3.2.2	КиберЛенинка — научная электронная библиотека открытого доступа, зарегистрированная в базе Google Scholar.		
6.3.2.3	Официальный интернет-портал правовой информации (pravo.gov.ru) — государственная система официального опубликования правовых актов.		

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Лекционный кабинет предназначен на 40 посадочных мест.
7.2	В аудитории имеется мультимедийное оборудование. (проектор, ноутбук, интерактивная доска).
7.3	В ходе лекционных занятий демонстрируются слайдовые презентации, видео-ролики и видео-фильмы, связанные с дисциплиной - Психология массовых коммуникаций Часть 2.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Необходимо готовится на все семинарские занятия, выполнять индивидуальные и групповые задания. Делать конспект лекций. Особое внимание необходимо уделять промежуточному и итоговому контролю. Технологическая карта. См. Приложение 1