



Психология массовых коммуникаций

- Елена Витальевна Строгеецкая
avs1973@list.ru
- Ирина Борисовна Бетигер
ssps@etu.ru

Формы контроля успеваемости студентов
по дисциплине

«Психология массовых коммуникаций» (ПМК)

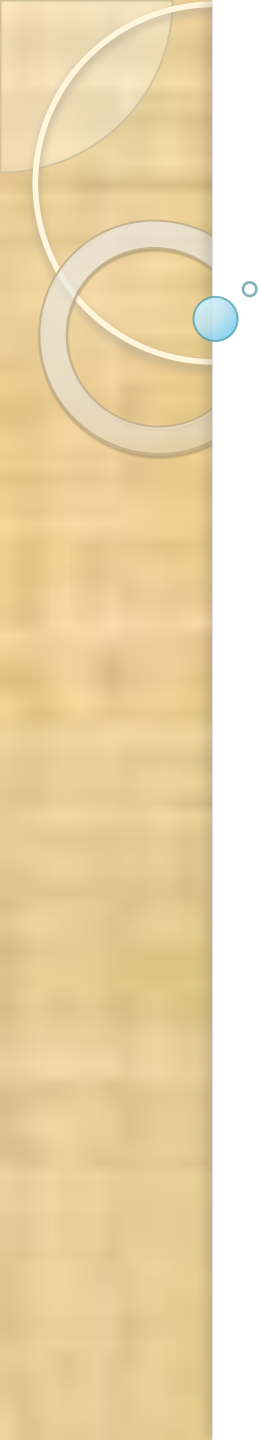
В результате обучения студент
получает две независимые
оценки:

- за дифференцированный зачет;
- за курсовую работу.

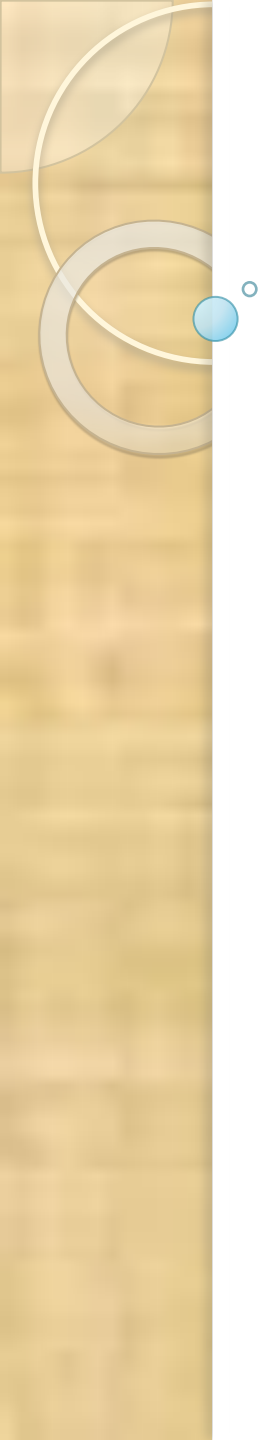
Курсовая работа по ПМК:

«Управление социальными установками массовой аудитории посредством видеосообщения»

Строгеецкая Е. В. Методическое пособие по курсовой работе
«Психология массовых коммуникаций». Учеб. пособие.
СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2015.



Социальная установка – это система взглядов, суждений об объекте, событии, явлении и связанные с ними эмоциональные реакции и привычные действия, направленные на этот объект (событие, явление).



Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Цель работы:

создание видеоролика, направленного на изменение социальной установки массовой целевой аудитории.

Работа состоит из четырех этапов:

- 1 – подготовка проекта;
- 2 – теоретический анализ основных понятий и методов работы;
- 3 – проведение исследования целевой аудитории;
- 4 – создание видеоролика.

**Курсовая работа по ПМК:
Управление социальными установками массовой
аудитории...**

Этап 1. Подготовка проекта.

Проект включает в себя следующие части:

1) выбор **объекта и предмета** курсовой работы:


Объект – целевая аудитория.

Предмет – социальная установка целевой аудитории, которая подвергается изменению.

Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Этап 1. Подготовка проекта.

- 2) **актуальность** – это степень необходимости для общества или социальной группы изменения данной социальной установки.
- 3) формулировку **гипотезы** о том, какова социальная установка у данной целевой аудитории, и в чем причины ее появления;
- 4) обоснование выбора видеосообщения как **средства** достижения цели.



**Курсовая работа по ПМК:
Управление социальными установками
массовой аудитории...**

Этап 1. Подготовка проекта.

Представление проекта сопровождается визуальной презентацией, отражающей ключевые моменты проекта.

Результаты проектного этапа отражаются во **введении** к курсовой работе.

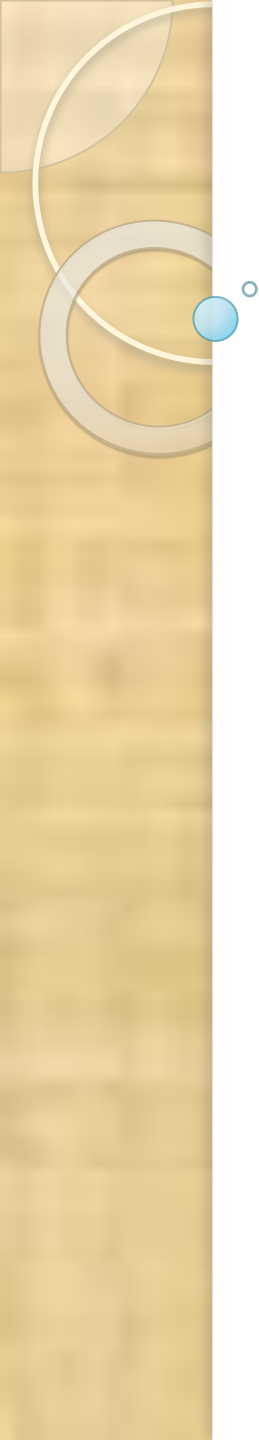


**Курсовая работа по ПМК:
Управление социальными установками
массовой аудитории...**

Этап 2. Теоретическая часть.

Этап 3. Исследование целевой аудитории.

Этап 4. Создание видеоролика.



Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Этап 2. Теоретическая часть.

В этой части необходимо осветить четыре теоретических вопроса:

1. Что такое социальная установка?
2. Какими методами измеряют социальные установки?
3. Каковы приемы воздействия на социальные установки реципиента?
4. Каковы технологии, способы и методики создания видеосообщения?

Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Этап 3. Исследование целевой аудитории.

Задачи исследования:

- измерить установку, т.е. выявить взгляды и мнения, оценить отношение к заданному объекту, определить характер действий, направленных на данный объект;
- установить причины формирования такой установки;
- проверить точность определения целевой аудитории;
- проанализировать результаты исследования.

Глава заканчивается выводами, отражающими результаты исследования.

Приложение к курсовой работе должно содержать заполненные анкеты, протоколы интервью, дневники наблюдений представить в приложении.

Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Этап 4. Создание видеоролика.

Требования к видеоролику:

- длительность около 7 мин (не более 10 и не менее 4);
- самостоятельность сценария;
- использование коммуникационных технологий воздействия;
- динамика:
 - видеосюжет – завершенная история;
 - наличие героя;
 - наличие конфликта;
 - смена кадров (*действие, а не коллаж*); немонотонный музыкальный фон; возможно, «спецэффекты».

Курсовая работа по ПМК: Управление социальными установками массовой аудитории...

Общие сведения

- **Объем работы** составляет 10 – 20 страниц формата А4 без учета объема приложений. Шрифт 14 пт. Межстрочный интервал – 1,5.
- **Система оценки** – балльная.;
- **Формат курсовой работы:**
Курсовая работа – командная.
Количество человек в команде – 2 - 4 чел.
Оценивается участие каждого студента в командной работе.

Формы контроля успеваемости студентов
по дисциплине
«Психология массовой коммуникации» (ПМК)

Защита курсовых работ:

группы 5701, 5705 – **10, 17 мая,**

группы 5702, 5704 – **03, 10, 17 мая,**

группа 5703 – **08, 15 мая.**

Домашнее задание:

- к **22.02.2018** (гр. 5701, 5702, 5704, 5705);
- к **27.02.2018** (гр. 5703).

ПОДГОТОВИТЬ проекты курсовых работ и их презентации для демонстрации на семинаре.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!