

•Елена Витальевна Строгецкая 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»

Строгецкая 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).



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.

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.

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.

Этап 1. Подготовка проекта.

Представление проекта сопровождается визуальной презентацией, отражающей ключевые моменты проекта.

Результаты проектного этапа отражаются во введении к курсовой работе.

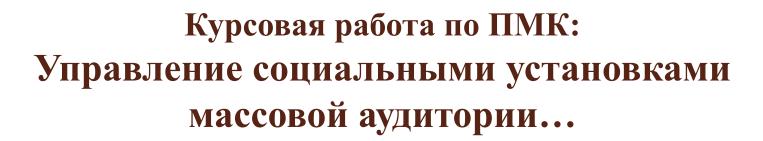
Этап 2. Теоретическая часть.

Этап 3. Исследование целевой аудитории.

Этап 4. Создание видеоролика.

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?



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.

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».

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!