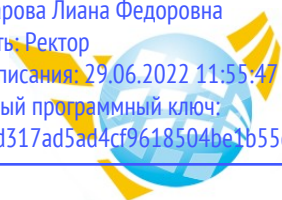


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Уварова Лиана Федоровна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.06.2022 11:55:47  
Уникальный программный ключ:  
b6686bbd317ad5ad4cf9618504be1b55d4c225d407106f8746fee51f8322643a



**Частное образовательное учреждение  
высшего образования  
БАЛТИЙСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
ИНСТИТУТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.7.2 ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ**

Направление подготовки  
38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
Направленность (профиль) образовательной программы:  
государственная и муниципальная служба

Квалификация выпускника  
Бакалавр

Формы обучения  
очная, очно-заочная, заочная

Санкт-Петербург  
2021

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины «Технологии социального манипулирования», относящейся к блоку Б.1 (дисциплины по выбору), студентам очной, очно-заочной и заочной форм обучения по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.04 «Государственное и муниципальное управление», утвержденного Приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 № 1016, зарегистрирован в Минюсте России 27.08.2020 № 59497.

**Составитель:** д-р полит.наук, доц. Пыж В.В.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры  
20.05.2021 г., протокол №10.

Одобрено учебно-методическим советом вуза  
20.05.2021 г., протокол № 6.

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель** – освоение комплекса теоретических знаний об особенностях манипулирования общественным мнением с точки зрения коммуникационных профессий.

**Задачи:**

- овладение учащимися базовым понятийным аппаратом дисциплины;
- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
- ознакомление с функциями общественного мнения;
- изучение технологий, методов и способов управления социальным манипулированием;
- знакомство с требованиями к проведению исследований социального манипулирования.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

### 2.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД - 1УК-2 <b>Знает:</b> требования, предъявляемые к проектной работе, способы представления и описания целей и результатов проектной деятельности. ИД - 2УК-2 <b>Умеет:</b> определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач проекта; проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. ИД - 3УК-2 <b>Владеет:</b> формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение; решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время; публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.

### 2.2 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения (знания, умения)
ПК-2 Способен стратегически мыслить и определять оптимальную кадровую политику в органах государственного и муниципального	ПК-2.1. Осуществляет разработку оптимальной кадровой политики и применение кадровых технологий в органах государственного и муниципального управления	ПК-2.1. Знает подходы к постановке целей профессиональной деятельности

управления с учетом организационных целей и антикоррупционных ограничений		
		ПК-2.1 У-1 Умеет осуществлять разработку оптимальной кадровой политики и применять кадровые технологии в органах государственного и муниципального управления
		ПК-2.1 В-2. Владеет методами формирования кадровой политики с учетом цели организации и антикоррупционных ограничений

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Технологии социального манипулирования» относится к дисциплинам по выбору части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Технологии социального манипулирования» в силу занимаемого ей места в ФГОС ВО, ООП ВО и учебном плане по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление предполагает взаимосвязь с другими изучаемыми дисциплинами.

В качестве «входных» знаний дисциплины «Технологии социального манипулирования» используются знания и умения, полученные обучающимися при изучении дисциплин «Методы принятия управленческих решений», «Политология», «Социальная психология».

Дисциплина «Технологии социального манипулирования» может являться предшествующей при изучении дисциплин «Основы государственного и муниципального управления», «Управление по результатам и в условиях риска».

### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			6
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<i>Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем)</i>		<i>51</i>	<i>51</i>
Лекции (Л)		27	27
Практические занятия (ПЗ)		24	24
<i>Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля</i>		<i>57</i>	<i>57</i>
<i>Вид контроля: зачет</i>		<i>0</i>	<i>0</i>

#### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	в семестре
			6
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<i>Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем)</i>		<b>28</b>	<b>28</b>
Лекции (Л)		10	10
Практические занятия (ПЗ)		18	18
<i>Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля</i>		<b>80</b>	<b>80</b>
<i>Вид контроля: зачет</i>		<b>0</b>	<b>0</b>

### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	курс
			3
<b>Общая трудоемкость по учебному плану</b>	<b>3</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
<i>Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем)</i>		<b>12</b>	<b>12</b>
Лекции (Л)		4	4
Практические занятия (ПЗ)		8	8
<i>Самостоятельная работа (СР) без учета промежуточного контроля</i>		<b>92</b>	<b>92</b>
<i>Вид контроля: зачет</i>		<b>4</b>	<b>4</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1. Содержание дисциплины по разделам

#### Разделы дисциплины и виды занятий.

#### *Очная форма обучения*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа СР
			Л	ПЗ	
1.	Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция – манипулирование с развитием общественных отношений.	8	2	2	4
2.	Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.	8	2	2	4
3.	Психолого-социальные	8	2	2	4

	аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.				
4.	Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.	8	2	2	4
5.	Социализация личности и манипулирование.	8	2	2	4
6.	Психологическая защита и проблемы общественного развития	8	2	2	4
7.	Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.	8	2	2	5
8.	Установки в манипуляции.	8	2	2	5
9.	Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.	8	2	2	5
10.	Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.	8	2	2	5
11.	Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев)	8	2	2	5
12.	Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.	8	2	1	4
13.	Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.	12	3	1	4
<b>Всего</b>		<b>108</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>57</b>
<b>Вид контроля: зачет</b>		<b>0</b>			

<b>Итого:</b>	<b>108</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>57</b>
---------------	------------	-----------	-----------	-----------

**Очно-заочная форма обучения**

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. работа СР
			Л	ПЗ	
1.	Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция – манипулирование с развитием общественных отношений.	8	1	1	6
2.	Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.	8	1	1	6
3.	Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.	8	1	1	6
4.	Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.	8	1	1	6
5.	Социализация личности и манипулирование.	8	1	1	6
6.	Психологическая защита и проблемы общественного развития	8	1	1	6
7.	Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.	8	1	1	6
8.	Установки в манипуляции.	8	1	1	6
9.	Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.	8		2	6
10.	Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.	9	1	2	6
11.	Психология масс.	8		2	6

	Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев)				
12.	Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.	9	1	2	6
13.	Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.	10		2	8
<b>Всего</b>		<b>108</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>80</b>
<b>Вид контроля: зачет</b>		<b>0</b>			
<b>Итого:</b>		<b>108</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>80</b>

### *Заочная форма обучения*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			Внеауд. работа СР
		Всего	Аудиторная работа		
			Л	ПЗ	
1.	Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция – манипулирование с развитием общественных отношений.	8	1	1	7
2.	Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.	8		1	7
3.	Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.	8	1	1	7
4.	Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.	8		1	7
5.	Социализация личности и манипулирование.	8	1	1	7
6.	Психологическая защита и проблемы общественного развития	8		1	7
7.	Манипулятивные игры как форма социальной	8	1	1	7



	активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.				
8.	Установки в манипуляции.	8			7
9.	Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.	8			7
10.	Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.	8		1	7
11.	Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев)	8			7
12.	Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.	8			7
13.	Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.	8			8
<b>Всего</b>		<b>104</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>92</b>
<b>Вид контроля: зачет</b>		<b>4</b>			
<b>Итого:</b>		<b>108</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>92</b>

### Содержание дисциплины, структурированное по разделам, и формы текущего контроля

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция – манипулирование с развитием общественных отношений.	Современные манипулятивные технологии и их использование в политическом процессе. Научные работы, связанные с классификацией и описанием технологий воздействия на общественное мнение. Сегодня для манипулирования общественным мнением используются огромное различие приемов и технологий. Методы и приёмы мягкой, жёсткой, серой пропагандами. Политическая элита, заинтересованные круги коммерции, известная личность с финансовыми ресурсами с помощью СМИ получают возможность	О, Д, ДЗ

		<p>контролировать, изменять и подменять любые факты действительности и строить свою, медийную, реальность.</p> <p>Манипулирование – <i>manus</i> – рука (<i>manipulus</i> – пригоршня, горсть, от <i>manus</i> и <i>ple</i> – наполнять). Первоначальное значение этого термина носило позитивные черты: «управлять», «оказывать помощь».</p> <p>Негативная окраска: манипулирование, эта чума современности, – универсальный, общечеловеческий феномен. Оксфордский словарь английского языка о манипуляции. Акт влияния на людей или управления ими с ловкостью, особенно с пренебрежительным подтекстом, скрытое управление и обработка. Определение манипулирования по Е.Л. Доценко: вид психологического воздействия, искусное выполнение которого ведет к скрытому возбуждению у реципиента намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями и потребностями. Герберт Франке. «Манипулируемый человек» (1964): Под манипулированием в большинстве случаев следует понимать психическое воздействие, которое производится тайно, а, следовательно, и в ущерб тем лицам, на которых оно направлено. Простейшим примером тому может служить реклама.</p> <p>Манипуляция относится к психологическому влиянию. Воздействие на состояния, чувства, мысли и действия человека или группу лиц при помощи психологических средств. Манипуляция в форме психологического воздействия: угроза, просьба, убеждение, внушение.</p>	
2.	Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.	Основные термины: общественное мнение, управление и контроль, скрытое воздействие, установки	О, Д, ДЗ
3.	Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.	Критерии манипулирования как явления. Скрытность, неявность, обман; эксплуатация, господство; управление, контроль; принуждение, применение силы; структурирование мира в интересах манипулятора; структурирование мира ради выигрыша, использование другого в качестве вещей, объектов. Отношение к другому как к средству, объекту, орудию и другие. Рассматривая само явление манипулирования, исследователи сталкиваются с множеством научных дисциплин: с теорией массовой коммуникации, психологией, социологией, герменевтикой, семиотикой, культурологией, а в случае рассмотрения политического типа манипулирования – с политологией.	О, Д, ДЗ

		<p>Античные ораторы и мыслители. Демосфен (около 384 – 322 гг., до н.э.). Деление массы (толпы) на два типа: «податливые эмоциям». Необходимость использовать механизмы психологического заражения для того, чтобы вызвать у этих людей эффект подражания выступающему, так как они некритически воспринимают то, что сказал оратор; «податливые разуму». Воздействовать на эту массу необходимо с использованием механизмов логической аргументации с целью направить размышления аудитории в нужном для манипулятора направлении.</p> <p>Выявление присутствия манипуляции. Важные для аудитории СМИ или социума в целом характеристики. Ведь вовремя заметить и определить признаки манипулирования – значит, вовремя обнаружить и выявить возможное искажение действительности, попытки изменить общественное мнение или стремление контролировать поведение общества.</p> <p>Общие признаки наличия манипулятивных попыток. Нарушение баланса тех или иных переменных взаимодействия. Возможные индикаторы манипуляции: деформации, сдвиги, несоответствия и т.д.».</p>	
4.	<p>Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.</p>	<p>Общественное сознание. Подсознательные процессы индивида. Политическое манипулирование: формы и методы. Политическое манипулирование – скрытое управление политическим сознанием и поведением людей. Понятие включает в себя рекламу, PR, и многие другие средства, вырабатывающие у человека устойчивые социально-политические представления и побуждающие его к той или иной политической деятельности. Политологи-макиавеллисты: политика и есть искусство манипулирования людьми.</p> <p>Психологические закономерности включения людей в политику и общие потребности человека. Физиологические потребности (в пище, одежде, жилье), потребности в самосохранении (в обеспечении безопасности, поддержании здоровья), в любви (в духовной близости, в отождествлении себя с другими, в желании не просто любить, но при этом чувствовать принадлежность к какой-либо группе); потребности в уважении со стороны других (в обладании престижем, в одобрении со стороны окружающих), в самоуважении (в чувстве собственного достоинства, самореализации, самовыражении).</p> <p>Политическая система в России. Выборность власть имущих. Успех на выборах и</p>	О, Д, ДЗ

		<p>существенная общественная поддержка, приемы манипулирования общественным мнением. Обыденное сознание. Слухи и сплетни. Цель политической манипуляции: формирование определённого мнения и побуждение поддержать на выборах данного кандидата или партию. Политическое манипулирование как теория и практика предвыборных технологий, методика проведения избирательных кампаний. Этапы предвыборной политической манипуляции по В. Амелину.</p>	
5.	Социализация личности и манипулирование.	<p>Общество в условиях различных режимов. Социальные качества личности. СМИ и личность.</p> <p>Политическое манипулирование в СССР: ограничивалось лишь примитивными методами агитации и пропаганды. Более совершенные в период перестройки, попытки ввести в экономику страны рыночные механизмы и правила.</p> <p>XXI век: мир вступил в эру информационного общества. Информация стала ресурсом, она носит характер полезного ископаемого. Обладание информацией приносит коммерческую выгоду владельцу. Идёт активное развитие средств коммуникаций, информационных структур. Вовлечение в процесс сбора, хранения, распространения информации. Генеральная ассамблея ООН – провозглашение 17 мая днём «информационного общества» (2006). Использование информационно-коммуникационных технологий в мире.</p> <p>Развитие манипулятивного воздействия на общество. Усиление этого процесса в последнее десятилетие. Огромное значение развитие и становление современной системы СМИ (горизонтальная модель). Функции просвещения и развлечения СМИ. Манипулятивно-управленческая функция, влияние на культурные и социально-психологические ценности; изменение установок, модели поведения и восприятия действительности. Превращение СМИ превращаются в средство психологической монополии и духовного принуждения. Время предвыборных агитаций или рекламных кампаний.</p>	О, Д, ДЗ
6.	Психологическая защита и проблемы общественного развития	<p>Изменения в общественной системе, систем и средств массовой информации. Понятие психологическая защита. Защита (психологическая) – совокупность бессознательных психологических процессов, обеспечивающих охрану психики и личности от опасных и деструктивных действий внутри психических и внешних импульсов.</p>	О, Д, ДЗ

		<p>Открытие защитных действий принадлежит З. Фрейду. Описание Фрейдом модельного ряда психических процессов. Эго и его атрибуты: самооценка, Я-образ, Я-Концепция.</p> <p>Общей чертой в традиционном психоаналитическом представлении о психологической защите является их интраличностная локализация: это одна из сторон протекания внутренней борьбы, в которой Эго защищает себя от разрушения в вихре конфликтов между сознанием и бессознательным, между противоречащими устремлениями, между Оно и Супер-Эго.</p> <p>Тенденция последних десятилетий: в самом психоанализе при рассмотрении психологической динамики предлагается сделать выход за пределы отдельной личности. Предельное выражение этой тенденции обнаруживается у Э. Берна.</p> <p>Этимология слова «защита»: создать прикрытие (щит), препятствующее поражению или нанесению ущерба телу воина.</p> <p>Толковые словари об объяснении значения слова защита, понятие угроза и граница. Наличие угрозы. Условия необходимости в защите: в условиях борьбы, конфликта или войны, то есть в состоянии противоборства; в условиях присутствия разрушительного вредоносного фактора, стихии, неблагоприятных или вредных условий существования.</p>	
7.	<p>Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).</p> <p>Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.</p>	<p>Игровая деятельность человека. Игра как форма существования в обществе. Игра в политике, бизнесе. Игра в рекламе. Типология игр. Работа Э. Берна.</p> <p>Бихевиористы сводят психику к различным формам поведения. Изучение особенностей поведения людей – участников коммуникации. В лабораторных условиях (эксперимент) – внешние условия коммуникативной ситуации рассматриваемой как частный случай научения. Изучаются разные коммуникаторы, каналы, построение текстов. Бихевиористы исследуют поведение людей под воздействием СМИ без учета субъективного компонента.</p> <p>Гештальтпсихология: принципы организации восприятия (образы) при получении информации, а также его виды (зрительное, слуховое). В поле зрения гештальтпсихологов: эффекты восприятия человеком движения, времени, глубины, различные искажения восприятия (зрительные и слуховые иллюзии).</p> <p>Исследования психологов этого направления: значительный эмпирический материал для</p>	О, Д, ДЗ

		рекламы.	
8.	Установки манипуляции. в	Теория установки С. Узнадзе. Социальная установка. Установка в PR- текстах и при создании имиджа организации. Установка в рекламе. Этносоциальные признаки успешной и эффективной рекламы. Система ценностей по П. Сорокину. Н. Бердяеву, В. Ключевскому Использование жизненных ценностей в манипулировании. Невербальные виды проявления манипуляции. НЛП. Политическая реклама. Агитация и пропаганда. Формирование социальных установок в связях с общественностью. Работа с целевыми группами общественности. Стереотипы.	О, Д, ДЗ
9.	Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.	Мифология как совокупность мифов является первоначальной формой духовной культуры человека, первой формой мировоззрения. Обыденным сознанием миф воспринимается как вымысел, сказка. По этому поводу ученые и исследователи высказывают разные точки зрения. М. Элиаде: миф рассматривается как сакральное повествование и как событие, действительно произошедшее, так как оно всегда имеет отношение к определенным реальностям. Миф имеет доказательство в реальности. Пропагандистские мифы создают «ложное сознание». Как правило, подобные мифы связаны с идеологией, поэтому их часто называют политическими. А. Цуладзе: параллели между первобытными племенными обычаями и современной политикой. Мистическое отношение к здоровью лидеров. Первобытные племена полагали, что от здоровья их вождей зависит погода, урожай, поголовье скота и т.д. В наше время избиратели также увязывают «судьбу» страны со здоровьем политиков Политический миф – это миф, используемый для реализации политических целей: борьбы за власть, легитимизации власти, осуществления политического господства. Главная отличительная особенность политического мифа от всех остальных – стремление непременно стать реальностью, поскольку в этом заинтересованы лица, создающие и эксплуатирующие данный миф. Технология создания политических мифов. Влияние мифов на массовое сознание.	О, Д, ДЗ
10.	Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного	С развитием интернет-пространства средства массовой коммуникации «получили» новую целевую группу — пользователя сети. Интернет для пользователя является не только источником информации, но и новым типом СМИ, а также инструментом для создания	О, Д, ДЗ

	вида воздействия.	<p>новых образов. Аудитория интернет-изданий обладает общими характеристиками с аудиторией традиционных и, тем не менее, от неё отличается.</p> <p>Появление писателя-пользователя связано с видоизменением информационных потребностей общества. Этот вид потребностей играет важную роль в жизни человека. В числе их проявлений — информационные интересы, то есть субъективные склонности, стремления, пожелания, в которых эти потребности находят свое отражение. Они находятся в тесном переплетении со всеми другими видами потребностей индивида, но в то же время, конечно, носят самостоятельный характер. Конкретизирует сложившиеся интересы аудитории изучение мотивов выбора того или иного средства информации, передачи, сообщения. Проблема восприятия информации современной сетевой аудиторией. Процесс перехода от недостатка информации в прошлом в ее переизбытку в настоящем. Эта сложность в восприятии информации накладывает отпечаток на творчество сетевого писателя.</p> <p>Процесс медиа потребления имеет свои четкие особенности. Можно согласиться с теми, кто утверждает, что социальное находится не в головах агентов, и не в дискурсе, и даже не в интерсубъективном взаимодействии, оно находится в рутинизированных способах поведения, которыми наделены все нормальные члены данного общества</p>	
11.	Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев)	<p>Г. Лебон. Психология масс и народов: психологический закон духовного единства толпы, коллективная душа. Чувства и нравственность толпы: импульсивность, изменчивость, раздражительность толпы, массы уважают силу, добро их мало трогает; воображение толпы: толпа мыслит образами и способна воспринимать образы. Сила традиций.</p> <p>З. Фрейд. Массовая психология и анализ человеческого "Я": в отдельном индивиде под влиянием толпы происходят глубокие изменения душевной деятельности; работает либидо — энергия первичных позывов, любовные отношения (эмоциональные связи) составляют сущность массовой души; идентификация как показатель принадлежности к толпе. Стадный инстинкт.</p> <p>Хосе Ортега-и-Гассет. Восстание масс: толпа — понятие количественное и видимое, человечество — понятие качественное, толпа — количественное. В тех группах, которые</p>	О, Д, ДЗ

		<p>нельзя назвать массой, сплоченность основана на вкусах, идеях, идеалах, которые исключают массовое распространение. Принадлежность к массе – чисто психологический признак, отсюда деление общества на классы, на избранных и толпу.</p> <p>С. Московичи. Наука о массах: феномен общественного поведения, уход от логического мышления или его избегание в ситуации внушения, раскол рационального и иррационального в человеке, состояние войны с самим собой, политическое господство масс.</p> <p>Психология толпы как предмет политики и манипулирования.</p>	
12.	<p>Личность PR-специалиста.</p> <p>Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.</p>	<p>Понятие личности в связях с общественностью и рекламе неоднозначно. В психологии личности: во-первых, это индивид как субъект социальных отношений и сознательной деятельности; во-вторых – определяемое включенностью в общественные отношения системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении.</p> <p>Поведение личности: информация о людях и межличностных отношениях; коммуникация и само регуляция поступков; преобразование внутреннего мира самой личности. Личность характеризуется: активностью, то есть стремлением выходить за собственные пределы, расширять сферу своей деятельности, действовать за границами требований ситуации и ролевых предписаний (мотивация достижений, риск и т.д.); направленностью – устойчивой доминирующей системой мотивов (интересов, убеждений, идеалов, вкусов, в которых проявляют себя потребности человека); глубинными смысловыми структурами ("динамическими смысловыми структурами" по Л.С. Выготскому), которые обуславливают сознание личности и поведение, относительно устойчивое к вербальным воздействиями преобразующимся в совместном действии групп.</p>	О, Д, ДЗ
13.	<p>Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.</p>	<p>Воздействие СМИ на общественное мнение. История исследований медиа воздействия. Основные концепции и понятия. Психологические эффекты массовой коммуникации и периодизация их исследования. Технологии информационного воздействия. Информационно-психологические войны и журналистика. Информация как инструмент информационно-психологического воздействия. Основные методы манипулирования сознанием. Психологические аспекты информационной безопасности.</p>	О, Д, ДЗ



		<p>Конфликты. Понятие психологической травмы и стресс генных обстоятельств. Принципы психологической безопасности в работе участника и наблюдателя чрезвычайных событий. Особенности психологического состояния жертвы, спасателя, очевидца, участника социальных конфликтов, природных и техногенных катастроф.</p> <p>Соблюдение правил психологической безопасности и оказания эмоциональной поддержки в ходе сбора информации. Методы психологической само регуляции и самопомощи журналиста в чрезвычайных обстоятельствах.</p> <p>Способы десенсибилизации. Конструктивное мышление как условие эффективной адаптации к стресс генным обстоятельствам.</p>	
<b>ИТОГО</b>			<b>зачет</b>

*Примечание: О – опрос, Д – дискуссия (диспут, круглый стол, мозговой штурм, ролевая игра), ДЗ – домашнее задание (эссе, реферат, тест и пр.). Формы контроля не являются жесткими и могут быть заменены преподавателем на другую форму контроля в зависимости от контингента обучающихся с оценкой знаний студентов (дискуссия, диспут, круглый стол, мозговой штурм, ролевая игра). Кроме того, на семинарских занятиях может проводиться работа с нормативными документами, изданиями средств информации и прочее, что также оценивается преподавателем.*

## 5.2. Лекционные занятия

Примерная тематика и содержание лекционных занятий

Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция – манипулирование с развитием общественных отношений.

Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.

Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.

Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.

Социализация личности и манипулирование.

Психологическая защита и проблемы общественного развития

Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну).

Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.

Установки в манипуляции.

Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании.

Процессы мифологизации.

Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.

Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев)

Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.

Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.

## 5.3. Практические занятия

Примерная тематика и содержание практических занятий

**Практическое занятие 1. Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с развитием общественных отношений.**

1. Проблематика подхода к определению манипуляции.
2. Манипуляция и манипулирование в словаре В.И. Даля и других словарных источниках.
3. Негативная окраска понятия – стереотип XX века.
4. Исторические личности о манипулировании.

**Практическое занятие 2. Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.**

1. Понятие манипулирования в коммуникационных профессиях.
2. Способы манипуляции общественным мнением в PR.
3. Манипулирование в рекламе: к вопросу научных исследований.
4. Общественное мнение и общественное сознание.

**Практическое занятие 3. Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.**

1. Экономическое и политическое обоснование приёмов манипулирования в обществе.
2. Психолого-социальные аспекты манипулирования.
3. Биолого-психологические черты человека, используемые в манипуляции. внушаемость.
4. Манипулирование как способ господства.

**Практическое занятие 4. Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.**

1. Манипулирование в историческом контексте общества.
2. Процессы манипуляции в современном обществе.
3. Общественное сознание и массовая коммуникация.
4. Побудительные мотивы коллективного поведения.
5. Психология массовидных явлений.

**Практическое занятие 5. Социализация личности и манипулирование.**

1. Развитие структуры личности в современном обществе.
2. Социальные черты личности и их использование в манипулировании обществом.
3. Индивид и группа, личность и толпа.
4. Приемы манипуляции в средствах массовой коммуникации.

**Практическое занятие 6. Психологическая защита и проблемы общественного развития**

1. Психологическая защита от манипулирования.
2. Психологическая защита как прием PR.
3. Виды и способы защиты в СМК, в СМИ.
4. Массмедиа и вопросы медиаагрессии.
5. Медиаагрессия как прием формирования общественного мнения.

**Практическое занятие 7. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.**

1. Игровая деятельность человека.
2. Человек играющий.
3. Шоу-приемы в СМК.
4. Бихевиоризм о стимуле и реакции на манипулирование.
5. Применение гештальта в рекламе

**Практическое занятие 8. Установки в манипуляции.**

1. СМИ как информационно-пропагандистский комплекс государства.
2. Телевидение как источник формирования установок.
3. Типология манипулятивных приемов, применяемых в обществе.

3. Психологические и социальные установки с политическим PR.

**Практическое занятие 9. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.**

1. Природа и сущность мифа.
2. Мифологическое сознание.
3. Пропаганда и агитация, роль мифологизации в этих процессах.
4. Современные мифологемы в обществе.
5. Процессы мифологизации, миф и символ.
6. Миф и ритуал.
7. Легенда фирмы\организации как часть ее имиджа.

**Практическое занятие 10. Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.**

1. Сетевое пространство как источник создания мифов.
2. Приемы манипулирования в Интернет.
3. Сетевая агрессия и медиагрессия. Новый вид общественности.
4. Целевые группы: блоггеры, колумнисты, политики онлайн и др.
5. Корпоративный сайт организации как инструмент манипулирования общественным мнением.

**Практическое занятие 11. Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев).**

1. Психология массовидных явлений.
2. Психология толпы и социально-психологические характеристики индивида.
3. PR-приемы манипулирования общественным мнением (политика, бизнес).
4. Основные психологические теории и их применение в PR.
5. Бехтерев о роли внушения и передачи мысли на расстоянии.
6. Первые имиджевые мероприятия, в которых использовалось внушение.
7. Стадный инстинкт толпы.

**Практическое занятие 12. Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.**

1. Связи с общественностью в системе коммуникационных профессий.
2. Трансформация журналистской профессии, новые виды деятельности в PR.
3. Реклама и СМИ, трансформация профессий.
4. Новые и новейшие технологии в службе специалиста по связям с общественностью.
5. Модератор мероприятий в роли манипулятора.
6. Повестка дня пресс-конференции.

**Практическое занятие 13. Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.**

7. Кризисные ситуации в работе PR-специалиста.
8. Манипулирование во внутреннем PR.
9. Общественные и политические конфликты, способы урегулирования.
10. Приемы манипулирования в конфликтных ситуациях в обществе.
11. Антикризисный PR о роли воздействия на общественное мнение.

**5.4. Самостоятельное изучение разделов дисциплины**

№ раздела	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1	Манипуляция относится к психологическому влиянию. Воздействие на состояния, чувства, мысли и действия человека или группу лиц при помощи психологических средств. Манипуляция в форме психологического воздействия: угроза, просьба, убеждение, внушение.
2	Основные термины: общественное мнение, управление и контроль, скрытое воздействие, установки

3	Общие признаки наличия манипулятивных попыток. Нарушение баланса тех или иных переменных взаимодействия. Возможные индикаторы манипуляции: деформации, сдвиги, несоответствия и т.д.».
4	Цель политической манипуляции: формирование определённого мнения и побуждение поддержать на выборах данного кандидата или партию. Политическое манипулирование как теория и практика предвыборных технологий, методика проведения избирательных кампаний. Этапы предвыборной политической манипуляции по В. Амелину.
5	Манипулятивно-управленческая функция, влияние на культурные и социально-психологические ценности; изменение установок, модели поведения и восприятия действительности. Превращение СМИ превращаются в средство психологической монополии и духовного принуждения. Время предвыборных агитацийили рекламных кампаний.
6	Толковые словари об объяснении значения слова защита, понятие угроза и граница. Наличие угрозы. Условия необходимости в защите: в условиях борьбы, конфликта или войны, то есть в состоянии противоборства; в условиях присутствия разрушительного вредоносного фактора, стихии, неблагоприятных или вредных условий существования.
7	Гештальтпсихология: принципы организации восприятия (образы) при получении информации, а также его виды (зрительное, слуховое). В поле зрения гештальтпсихологов: эффекты восприятия человеком движения, времени, глубины, различные искажения восприятия (зрительные и слуховые иллюзии). Исследования психологов этого направления: значительный эмпирический материал для рекламы.
8	Политическая реклама. Агитация и пропаганда. Формирование социальных установок в связях с общественностью. Работа с целевыми группами общественности. Стереотипы.
9	Главная отличительная особенность политического мифа от всех остальных – стремление непременно стать реальностью, поскольку в этом заинтересованы лица, создающие и эксплуатирующие данный миф. Технология создания политических мифов. Влияние мифов на массовое сознание.
10	Процесс медиа потребления имеет свои четкие особенности. Можно согласиться с теми, кто утверждает, что социальное находится не в головах агентов, и не в дискурсе, и даже не в интересубъективном взаимодействии, оно находится в рутинизированных способах поведения, которыми наделены все нормальные члены данного общества
11	С. Московичи. Наука о массах: феномен общественного поведения, уход от логического мышления или его избегание в ситуации внушения, раскол рационального и иррационального в человеке, состояние войны с самим собой, политическое господство масс. Психология толпы как предмет политики и манипулирования.
12	Понятие личности в связях с общественностью и рекламе неоднозначно. В психологии личности: во-первых, это индивид как субъект социальных отношений и сознательной деятельности; во-вторых – определяемое включенностью в общественные отношения системное качество индивида, формирующееся в совместной деятельности и общении.
13	Соблюдение правил психологической безопасности и оказания эмоциональной поддержки в ходе сбора информации. Методы психологической само регуляции и самопомощи журналиста в чрезвычайных обстоятельствах. Способы десенсибилизации. Конструктивное мышление как условие эффективной адаптации к стресс генным обстоятельствам.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся включает:

1. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение (см. раздел 5.4).
  2. Список основной литературы (см. раздел 10.1).
  3. Список дополнительной литературы (см. раздел 10.2).
  4. Методические рекомендации для выполнения рефератов.
  5. Методические рекомендации для выполнения контрольных работ.
  6. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ.
- Методические рекомендации размещены на сайте ЧОУ ВО «БГИ».

## **7. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **7.1. Виды занятий по дисциплине (модулю)**

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Лекционные занятия дисциплины проводятся как в классической традиционной форме, так и с ведением интерактивных форм.

Практические занятия дисциплины проводятся как в традиционной форме, так и с использованием современных образовательных технологий (в том числе с использованием интерактивных форм проведения учебных занятий) с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций. На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с работой с официальными документами и текстами, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях.

В рамках самостоятельной работы готовят самостоятельно вопросы, объявленные в фонде оценочных средств дисциплины (модуля), готовятся к семинарам и практическим занятиям, осуществляют подготовку к зачету.

### **7.2. Виды и формы отработки пропущенных занятий**

Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска.

Студент, *пропустивший лекционное занятие*, обязан предоставить конспект соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым вопросам в соответствии с программой дисциплины.

Студент, *пропустивший практическое занятие*, отрабатывает его в форме реферативного конспекта соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на практическом занятии вопросам в соответствии с программой дисциплины или в форме, предложенной преподавателем.

## **8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **8.1. Образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях**

При реализации аудиторных занятий дисциплины проводятся в форме лекций и практических занятий.

Лекции проводятся в интерактивной: в форме проблемного и эвристического изложения и тематических дискуссий. Практические занятия проводятся в виде учебной дискуссии, использования презентаций по теме изложения, анализа конкретных ситуаций и т.п., а также в интерактивной форме в виде работы в малых группах, решения заданий, направленных на выработку навыков работы с научной литературой и библиографией, справочниками, базами данных, оформления и т.п.

Активные методы обучения, используемые на практических занятиях дисциплин:

Неимитационные	Имитационные	
	Неигровые	Игровые
Проблемные лекции, тематические дискуссии, презентации	Круглый стол, дискуссии	Дебаты

## 8.2. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

При реализации дисциплины «Технологии социального манипулирования» используются такие *интерактивные* формы проведения занятий как дискуссия, дебаты, проблемное обсуждение и презентации.

В рамках развития интерактивных форм обучения на дисциплине «Технологии социального манипулирования» разработаны презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств: книг, видео, слайдов, флипчартов, постеров, компьютеров и т.п.

Кроме того, в процессе обучения задействована такая форма диалогового обучения, как опрос студентов на практических занятиях.

## 9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

В соответствии с требованиями с ФГОС ВО и ООП ВО по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации дисциплины «Технологии социального манипулирования» разработан Фонд оценочных средств по дисциплине «Технологии социального манипулирования», являющийся неотъемлемой частью учебно-методического комплекса настоящей дисциплины в котором представлены оценочные средства сформированности объявленных в п. 2 компетенций.

Этот фонд включает:

- а) паспорт фонда оценочных средств;
- б) фонд промежуточной аттестации:
  - задания к зачету
- в) фонд текущего контроля студентов:
  - комплект оценочных материалов (перечень вопросов для опросов, набор вопросов, рассматриваемых на практических занятиях), наборов проблемных ситуаций, рассматриваемых на дискуссии.

### 9.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

**Текущий контроль студентов.** При оценивании устного опроса и участия в дискуссии на практическом занятии учитываются:

- степень раскрытия содержания материала;
- изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии и символики, логическая последовательность изложения материала);
- знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков.

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются такие процедуры и технологии как тестирование и опрос на практических занятиях.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются практические контрольные задания (далее – ПКЗ), включающих одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

По сложности ПКЗ разделяются на простые и комплексные задания.

Простые ПКЗ предполагают решение в одно или два действия. К ним можно отнести: простые ситуационные задачи с коротким ответом или простым действием; несложные задания по выполнению конкретных действий. Простые задания применяются для оценки умений. Комплексные задания требуют многоходовых решений как в типичной, так и в нестандартной ситуациях. Это задания в открытой форме, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, в т.ч. задания на индивидуальное или коллективное выполнение проектов, на выполнение практических действий или лабораторных работ. Комплексные практические задания применяются для оценки владений.

Типы практических контрольных заданий:

- задания на установление правильной последовательности, взаимосвязанности действий, выяснения влияния различных факторов на результаты выполнения задания;
- установление последовательности (описать алгоритм выполнения действия),
- нахождение ошибок в последовательности (определить правильный вариант последовательности действий);
- указать возможное влияние факторов на последствия реализации умения и т.д.
- задания на принятие решения в нестандартной ситуации (ситуации выбора, многоальтернативности решений, проблемной ситуации);

### Критерии оценивания студента

Оценка	Критерии оценки
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.
2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов проводится в форме зачета.

## Оценивание студента на зачете по дисциплине «Технологии социального манипулирования»

Оценка зачета	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
<i>Зачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует содержание тем учебной дисциплины, владеет основными понятиями дисциплины, знает особенности ее предмета, имеет представление об его особенностях и специфике. Информирован и способен делать анализ проблем и намечать пути их решения.
<i>Незачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала дисциплины. Не информирован или слабо разбирается в проблемах, и или не в состоянии наметить пути их решения.

### 9.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### Примерная тематика и содержание практических занятий

##### Практическое занятие 1. Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с развитием общественных отношений.

1. Проблематика подхода к определению манипуляции.
2. Манипуляция и манипулирование в словаре В.И. Даля и других словарных источниках.
3. Негативная окраска понятия – стереотип XX века.
4. Исторические личности о манипулировании.

##### Практическое занятие 2. Понятийно-терминологический аппарат и его применение в PR, рекламе.

1. Понятие манипулирования в коммуникационных профессиях.
2. Способы манипуляции общественным мнением в PR.
3. Манипулирование в рекламе: к вопросу научных исследований.
4. Общественное мнение и общественное сознание.

##### Практическое занятие 3. Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.

1. Экономическое и политическое обоснование приёмов манипулирования в обществе.
2. Психолого-социальные аспекты манипулирования.
3. Биолого-психологические черты человека, используемые в манипуляции. внушаемость.
4. Манипулирование как способ господства.

##### Практическое занятие 4. Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения.

1. Манипулирование в историческом контексте общества.
1. Процессы манипуляции в современном обществе.
2. Общественное сознание и массовая коммуникация.
3. Побудительные мотивы коллективного поведения.
4. Психология массовидных явлений.

##### Практическое занятие 5. Социализация личности и манипулирование.

1. Развитие структуры личности в современном обществе.
2. Социальные черты личности и их использование в манипулировании обществом.



3. Индивид и группа, личность и толпа.
4. Приемы манипуляции в средствах массовой коммуникации.

**Практическое занятие 6. Психологическая защита и проблемы общественного развития**

1. Психологическая защита от манипулирования.
2. Психологическая защита как прием PR.
3. Виды и способы защиты в СМК, в СМИ.
4. Массмедиа и вопросы медиаагрессии.
5. Медиаагрессия как прием формирования общественного мнения.

**Практическое занятие 7. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальтпсихология как инструменты манипулирования.**

1. Игровая деятельность человека.
2. Человек играющий.
3. Шоу-приемы в СМК.
4. Бихевиоризм о стимуле и реакции на манипулирование.
5. Применение гештальта в рекламе

**Практическое занятие 8. Установки в манипуляции.**

1. СМИ как информационно-пропагандистский комплекс государства.
2. Телевидение как источник формирования установок.
3. Типология манипулятивных приемов, применяемых в обществе.
3. Психологические и социальные установки с политическим PR.

**Практическое занятие 9. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.**

1. Природа и сущность мифа.
2. Мифологическое сознание.
3. Пропаганда и агитация, роль мифологизации в этих процессах.
4. Современные мифологемы в обществе.
5. Процессы мифологизации, миф и символ.
6. Миф и ритуал.
7. Легенда фирмы\организации как часть ее имиджа.

**Практическое занятие 10. Виртуальная реальность. Интернет как средство манипуляции. Защита от данного вида воздействия.**

1. Сетевое пространство как источник создания мифов.
2. Приемы манипулирования в Интернет.
3. Сетевая агрессия и медиаагрессия. Новый вид общественности.
4. Целевые группы: блоггеры, колумнисты, политики онлайн и др.
5. Корпоративный сайт организации как инструмент манипулирования общественным мнением.

**Практическое занятие 11. Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, Н. Бехтерев).**

1. Психология массовидных явлений.
2. Психология толпы и социально-психологические характеристики индивида.
3. PR-приемы манипулирования общественным мнением (политика, бизнес).
4. Основные психологические теории и их применение в PR.
5. Бехтерев о роли внушения и передачи мысли на расстоянии.
6. Первые имиджевые мероприятия, в которых использовалось внушение.
7. Стадный инстинкт толпы.

**Практическое занятие 12. Личность PR-специалиста. Трансформация профессии: рекламист, шоумен, ведущий, модератор и т.д.**

1. Связи с общественностью в системе коммуникационных профессий.
2. Трансформация журналистской профессии, новые виды деятельности в PR.

3. Реклама и СМИ, трансформация профессий.
4. Новые и новейшие технологии в службе специалиста по связям с общественностью.
5. Модератор мероприятий в роли манипулятора.
6. Повестка дня пресс-конференции.

**Практическое занятие 13. Процессы манипулирования и конфликтные ситуации в обществе.**

1. Кризисные ситуации в работе PR-специалиста.
2. Манипулирование во внутреннем PR.
3. Общественные и политические конфликты, способы урегулирования.
4. Приемы манипулирования в конфликтных ситуациях в обществе.
5. Антикризисный PR о роли воздействия на общественное мнение.

**Примерные тестовые задания**

**1. Первые приемы манипулирования появились:**

- а) в античности
- б) в XVIII веке
- в) в XIX веке

**2. Словарь В.И. Даля трактует манипуляцию как:**

- а) повиновение
- б) побуждение к действию
- в) обман

**3. Первоначально манипуляция имела значение:**

- а) управлять, оказывать помощь
- б) бороться с недостатками
- в) информировать

**4. Определение манипуляции - «Форма духовного воздействия скрытого господства, осуществляемая насильственным путем» принадлежит:**

- а) И. Бессонову
- б) Д. Волкогонову
- в) Э. Шостром

**5. К функциям манипулирования относится:**

- а) коммерциализация проекта
- б) соблюдение норм морали
- в) эксплуатация и господство

**6. Что означает термин «скрытое воздействие»?**

- а) человек не знает о манипуляторе
- б) подсознательное воздействие
- в) воздействие в определённых условиях

**7. Критерии манипулирования (что неверно):**

- а) скрытность
- б) эксплуатация
- в) насилие

**8. Явление манипулирования рассматривается в:**

- а) психологии
- б) физике
- в) общественном знании

**9. Какой ответ можно отнести к типам толпы по Демосфену:**

- а) податливые разуму
- б) податливые учению
- в) податливые воспитанию

**10. Индикаторы манипуляции:**

- а) деформации

- б) кризисы
- в) технологии

**11. Общие потребности человека, используемые в манипулировании:**

- а) коммерческие
- б) физиологические
- в) культурные

**12. Когда Генеральная ассамблея ООН провозгласила 17 мая днём «информационного общества»:**

- а) 1995 г.
- б) 1978 г.
- в) 2006 г.

**13. СМИ являются частью:**

- а) СМК
- б) ТНК
- в) СНО

**14. Психологическая защита – это:**

- а) совокупность бессознательных психологических процессов
- б) часть сознания человека
- в) технология взаимодействия

**15. Атрибуты психики по З. Фрейду:**

- а) Я-образ
- б) имидж
- в) портрет общества

**16. Психоанализ в манипулировании по Э. Берну:**

- а) Я-концепции
- б) Образы и бренды
- в) Паблсити

**17. Кто написал книгу «Человек играющий»:**

- а) Хейзинга.
- б) Шостром.
- в) Юнг.

**18. Бихевиористы сводят психику к:**

- а) к наблюдению над жизнью
- б) к различным формам поведения
- в) к принципам изучения души

**19. Общество потребления возникло:**

- а) 70-ые годы XIX в.
- б) 80-ые годы XIX в.
- в) начало XXI в.

**20. Термин «стереотип» введен У. Липпманом в:**

- а) 20-ые годы XIX в.
- б) 60-ые годы XIX в.
- в) 90-ые годы XIX в.

**Примерные задания к зачету**

1. Сущность манипулирования.
2. Манипулирование в СМИ.
3. Психологическая основа манипуляции.
4. Управление идеями и убеждениями.
5. Манипулирование на телевидении, использование невербальных средств.
6. Манипулирование в печати: цвет, форма, текстопостроение.
7. Мифы и их природа.

8. Стереотипы как основа манипулирования.
9. Социальные и психологические установки.
10. Работы Н. Бехтерева по манипуляции сознанием.
11. Проблема «управления толпой».
12. Формы защиты от манипулирования.
13. Человек - манипулятор (Д.Карнеги, Э. Фромм).
14. Конфликты и манипуляция.
15. Комментарий как вид психологической агрессии в СМИ.
16. Мифотворчество в избирательных кампаниях.
17. Проблематика провокативного дискурса в массово-информационных текстах.
18. Управление идеями и убеждениями.
19. Искусство публичного убеждения.
20. Мифологизация в медиа сфере: современные тенденции.
21. Стереотипизирование как прием манипуляции.
22. Психотехнологии в СМИ: реклама.
23. Психологические особенности массово-информационных текстов.
24. Психологическая защита и современные технологии.
25. Человек – манипулятор (Шостром).
26. Человек играющий (Хейзинга).
27. Жанровая палитра в психологическом воздействии.
28. Новые формы воздействия в сетевых СМИ.
29. Мифотворчество в избирательных кампаниях.
30. Использование музыки в манипулятивных процессах медиасферы.
31. Проблема профессионального выгорания специалиста по связям с общественностью.
32. Приемы психологической защиты от медиаагрессии.
33. Этимология медиаагрессии.
34. Вопросы медианасилия.
35. Деловые СМИ: роль конкуренции в манипулятивной подаче материала.
36. Психология массовидных явлений в медиасфере.
37. Блоггерство новый прием воздействия.
38. Пользователь Интернет как объект манипулирования.
39. Читатель в Интернете: формы взаимодействия с автором.
40. Профессиональные стратегии личности в PR.
41. Психологическая роль PR в формировании личности.
42. Манипулирование в рекламе.
43. Человек в современном медийном пространстве (психолого-социальная сфера)
44. Психологические возможности современного отдела PR в организации;
45. Возможности слова в современной журналистике, рекламе, PR.
46. Концептуальный образ в психологическом восприятии фотографии (видео, графики, иллюстрации и т.п.)
47. PR-специалист в сфере трудовой деятельности.
48. Рекламист в сфере трудовой деятельности.

#### **9.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

**Текущий контроль студентов.** Текущий контроль студентов по дисциплине «Технологии социального манипулирования» проводится в соответствии с Уставом, иными локальными нормативными актами ЧОУ ВО «Балтийский гуманитарный институт» и является обязательной.

Текущий контроль по дисциплине «Технологии социального манипулирования» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (тестирование по основным понятиям, закономерностям, положениям и т.д.);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (работа на практических занятиях);
- результаты самостоятельной работы (работа на практических занятиях, изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность студента на занятиях оценивается на основе выполненных студентом работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины. Студент, пропустивший два занятия подряд, допускается до последующих занятий на основании допуска.

Кроме того, оценивание студента проводится на рубежном контроле по дисциплине. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием традиционной системы. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период. Оценивание осуществляется по традиционной системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

### **Критерии оценивания студента на занятиях**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии оценки</b>
5, «отлично»	Оценка «отлично» ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры.
4, «хорошо»	Оценка «хорошо» ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика.
3, «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.

2, «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны
-----------------------------	--

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Технологии социального манипулирования» проводится в форме зачета.

**Оценивание студента на зачете по дисциплине «Технологии социального манипулирования»**

Оценка зачета	Требования к знаниям и критерии выставления оценок
<i>Зачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует содержание тем учебной дисциплины, владеет основными понятиями дисциплины, знает особенности ее предмета, имеет представление об его особенностях и специфике. Информирован и способен делать анализ проблем и намечать пути их решения.
<i>Незачтено</i>	Студент при ответе демонстрирует плохое знание значительной части основного материала дисциплины. Не информирован или слабо разбирается в проблемах, и или не в состоянии наметить пути их решения.

## 10. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 10.1. Основная литература

1. Социальная психология : учебник / под ред. А.М. Столяренко. – 3-е изд., доп. – Москва : Юнити, 2016. – 431 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446598> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02844-6. – Текст : электронный.

### 10.2. Дополнительная литература

1. Владимирова, М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) : монография : [16+] / М.Б. Владимирова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83084> – ISBN 978-5-9765-1110-1. – Текст : электронный.

2. Истратова, О.Н. Психология эффективного общения и группового взаимодействия : учебное пособие / О.Н. Истратова, Т.В. Эксакусто ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет», Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 192 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561043> – Библиогр.: с. 143-145. – ISBN 978-5-9275-2848-6. – Текст : электронный.

3. Козлова, Э.М. Социальная психология : учебное пособие : [16+] / Э.М. Козлова, С.В. Нищитенко ; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2017. – 170 с. : ил. – Режим доступа: по

подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483718> – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

4. Мандель, Б.Р. Современная психология управления. Модульный курс. ФГОС-3+ : учебное пособие / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 349 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363425> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0064-7. – DOI 10.23681/363425. – Текст : электронный.

5. Мандель, Б.Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4. – DOI 10.23681/443847. – Текст : электронный.

6. Овсянникова, Е.А. Психология управления : учебное пособие : [16+] / Е.А. Овсянникова, А.А. Серебрякова. – 2-е изд., перераб. – Москва : Флинта, 2015. – 222 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279817> – ISBN 978-5-9765-2220-6. – Текст : электронный.

7. Петрухина, С.Р. Социальная психология : учебное пособие / С.Р. Петрухина ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. – 93 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459502> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8158-1622-0. – Текст : электронный.

8. Психология управления : электронное учебное пособие / сост. Н.А. Канина, С.С. Смагина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кемеровский государственный университет» и др. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2015. – 74 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481622> – Библиогр.: с. 70. – ISBN 978-5-8353-1848-3. – Текст : электронный.

9. Социальная психология : учебник / Т.В. Бендас, И.С. Якиманская, А.М. Молокостова, Е.А. Трифонова ; Министерство образования и науки Российской Федерации. – 2-е изд., испр. и доп. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2015. – 355 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364892> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7410-1255-0. – Текст : электронный.

### **10.3. Периодические издания**

1. Экономический журнал Высшей школы экономики
2. Журнал экономической теории
3. Экономика развития
4. Экономист
5. Экономическая газета
6. Экономическая наука современной России

## **11. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>.
2. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/>

## **12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **12.1. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

При осуществлении образовательного процесса применяются информационные технологии, необходимые для подготовки презентационных материалов и материалов к занятиям (компьютеры с программным обеспечением для создания и показа презентаций, с доступом в сеть «Интернет», поисковые системы и справочные, профессиональные ресурсы в сети «Интернет»).

В ЧОУ ВО «Балтийский гуманитарный институт» оборудованы помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (далее - ЭИОС) Института.

Обучение по программе (заочная форма) возможно с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ). Доступ к ним обеспечивается через официальный сайт ЧОУ ВО «Балтийский Гуманитарный Институт» <http://my.bhi.spb.ru/>. Доступ осуществляется по персональным логину и паролю студента, предоставляемым деканатом Института.

#### **Порядок прохождения текущего контроля и промежуточной аттестации при обучении с применением элементов ДОТ**

1. Необходимо получить индивидуальные логин и пароль для входа в электронную информационно-образовательную систему Института путем отправки письма с соответствующим запросом на электронную почту администратора системы.

2. Войти в ЭИОС через личный кабинет студента с помощью полученного ранее логина и пароля.

3. Находясь в ЭИОС, необходимо пройти регистрацию в электронной библиотечной системе «Университетская библиотека онлайн» для получения доступа к электронным учебникам, учебным пособиям и иным электронным учебным материалам.

4. Ознакомиться со своим учебным планом (учебным графиком).

5. Ознакомиться с учебно-методическими материалами (рабочими программами учебных дисциплин и их обеспечением) в соответствии со своим учебным планом (учебным графиком).

6. Ознакомиться с расписанием проведения вебинаров (лекций для заочного обучения) по соответствующим дисциплинам согласно своему учебному плану (учебному графику).

7. Согласно расписанию прослушать лекции (вебинары), соответствующие своему учебному плану (учебному графику) дисциплины, путем перехода по ссылкам, отправляемым администратором ЭИОС на электронную почту, указанную при регистрации в системе.

8. В соответствии со своим учебным планом (учебным графиком) выполнить письменные работы и сдать их через личный кабинет в ЭИОС не позднее, чем за 14 дней до начала зачетно-экзаменационной сессии заочного отделения.

9. Во время проведения зачетно-экзаменационной сессии студентов заочного отделения пройти контрольные тесты в соответствии со своим учебным планом (учебным графиком).

10. По мере необходимости осуществлять обратную связь, по вопросам организации учебного процесса, путем отправки электронных писем на почту администратора ЭИОС ([info@bhi.spb.ru](mailto:info@bhi.spb.ru)) через свой личный кабинет.



## 12.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

### Необходимое программное обеспечение

Для подготовки презентаций и их демонстрации используются компьютеры Института с установленными на них программами. Для обработки статистических данных, необходимых для закрепления формируемых дисциплиной умений и навыков, используется статистический пакет Excel.

Для проведения занятий необходимо использование компьютерных классов или обычных аудиторий, оборудованных компьютерной техникой.

### Информационные справочные системы

1. e-Library.ru [Электронный ресурс]: Научная электронная библиотека. – URL: <http://elibrary.ru/>.
2. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/>.

## 13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Занятия по дисциплине проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа и практических, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института

Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Занятия по дисциплине проводятся в следующих аудиториях:

Б1.В.ДВ.07.02 Технологии социального манипулирования	<p><b>Ауд. 8</b> <b>Кабинет БЖД</b> Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций</p> <p><b>Оборудование:</b> рабочее место преподавателя; учебная мебель, классная доска, мобильный мультимедиа комплекс (мультимедиа проектор NECNP-V260XG2, экран на штативе, миникомпьютер, акустическая система), учебно-наглядные пособия. манекен «Федя»; лазерный стрелковый тренажер (Интерактивный Стрелковый Тренажер «Профессионал»; Конструктор Стрелковых Упражнений «Профессионал»; USB камера; лазерный пистолет Макарова – красный луч).</p> <p><b>Программное обеспечение:</b> Windows Professional 10</p> <p><b>Ауд. 353</b></p>
--	---

	<p><b>Кабинет психологического консультирования</b>  <b>Компьютерный класс</b>  <b>Класс самоподготовки</b>  <b>Кабинет курсового проектирования</b>  <b>Кабинет дипломного проектирования</b>  <b>Кабинет для проведения групповых и индивидуальных консультаций</b>  <b>Оборудование:</b>  учебная мебель,  мобильный мультимедиа комплекс (мультимедиа проектор NECNP-V260XG2, экран на штативе, миникомпьютер, акустическая система),  Юнгианская песочница, 2 МФУ,  персональные компьютеры с выходом в Интернет, и доступом в электронную информационно-образовательную среду ЧОУ ВО «БГИ», тематические плакаты, учебно-наглядные пособия.  <b>Программное обеспечение:</b>  Windows Professional 10  Программно-технический комплекс «БОС-ТЕСТ Программный комплекс Лонгитюд+ (с включением методик экспериментально-диагностического комплекса+):  Программное обеспечение для образовательной и научно-исследовательской деятельности IBM SPSS StatisticsBase:  «1С: Предприятие» версии 8 Комплект для обучения в высших учебных и средних учебных заведениях:  Программные продукты «Альт-Инвест Сумм 7», «Альт-Финансы 2», «Альт-Прогноз 2»:  Программный продукт «Альт-Финансы 3»:  Программное обеспечение «Программная система для поддержки экспертной деятельности по выявлению текстовых заимствований «Антиплагиат. Эксперт» версии 3.3:  ЭБС «Университетская библиотека онлайн»:  Справочно-информационная система Гарант:</p>
--	--

#### **14. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Обучение по дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, семинары, практические занятия).

Семинарские занятия дисциплины предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п. 5.1.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом,
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания,
- систематизирует учебный материал,
- ориентирует в учебном процессе.

*Подготовка к лекции* заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции,
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора),
- ознакомьтесь с учебным материалом по рекомендуемым учебникам и учебным пособиям,
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке,
- запишите возможные вопросы, которые Вы зададите лектору на лекции.

*Подготовка к практическим занятиям:*

- внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному практическому занятию. Если тема на лекции не рассматривалась, изучите предлагаемую литературу (это позволит Вам найти ответы на теоретические вопросы),
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям,
- выпишите основные термины,
- ответьте на контрольные вопросы к занятию, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов,
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя.

*Учтите, что:*

- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

*Самостоятельная работа.*

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Система накопления результатов выполнения заданий позволит вам создать педагогическую копилку, которую можно использовать как при прохождении педагогической практики, так и в будущей профессиональной деятельности.

*Подготовка к зачету.*

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачету по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры практики, иллюстрирующие теоретические положения.

В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой по дисциплине,
- перечнем знаний и умений, которыми должен владеть студент,
- тематическими планами лекций, семинарских занятий,
- учебными пособиями, а также электронными ресурсами,
- перечнем заданий к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для получения зачета.

## 15. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При организации обучения по дисциплине преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских и практических занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения.

При реализации дисциплины используются следующие *интерактивные* формы проведения занятий:

- проблемная лекция,
- презентации с возможностью использования различных вспомогательных средств;
- круглый стол (дискуссия).

**Проблемная лекция**– учебная проблема ставится преподавателем до лекции и должна разворачиваться на лекции в живой речи преподавателя, так как проблемная лекция предполагает диалогическое изложение материала. С помощью соответствующих методических приемов (постановка проблемных и информационных вопросов, выдвижение многообразных гипотез и нахождение тех или иных путей их подтверждения или опровержения), преподаватель побуждает студентов к совместному размышлению и дискуссии, хотя индивидуальное восприятие проблемы вызывает различия и в ее формулировании. (Чем выше степень диалогичности лекции, тем больше она приближается к проблемной и тем выше ее ориентирующий, обучающий и воспитывающий эффекты, а также формирование мотивов нравственных и познавательных потребностей).

**Презентации** – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т.п.). Цель презентации – донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно все вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является ее интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

В зависимости от места использования презентации различаются определенными особенностями:

Презентация, созданная для самостоятельного изучения, может содержать все присущие ей элементы, иметь разветвленную структуру и рассматривать объект презентации со всех сторон.

Презентация, созданная для поддержки какого-либо мероприятия или события, отличается большей минималистичностью и простотой в плане наличия мультимедиа и элементов дистанционного управления, обычно не содержит текста, так как текст проговаривается ведущим, и служит для наглядной визуализации его слов.

Презентация, созданная для видеодемонстрации, не содержит интерактивных элементов, включает в себя видеоролик об объекте презентации, может содержать также текст и аудиодорожку.

Основная цель презентации помочь донести требуемую информацию об объекте презентации.

**Круглый стол** организуется следующим образом:

- 1) Преподавателем формулируются вопросы, обсуждение которых позволит всесторонне рассмотреть проблему;
- 2) Вопросы распределяются по подгруппам и раздаются участникам для целенаправленной подготовки;

- 3) Для освещения специфических вопросов могут быть приглашены специалисты (исследователь детского движения) либо эту роль играет сам преподаватель;
- 4) В ходе занятия вопросы раскрываются в определенной последовательности.
- 5) Выступления специально подготовленных студентов обсуждаются и дополняются. Задаются вопросы, студенты высказывают свои мнения, спорят, обосновывают свою точку зрения.

**Дискуссия**, как особая форма всестороннего обсуждения спорного вопроса в публичном собрании, в частной беседе, споре, реализуется как коллективное обсуждение какого-либо вопроса, проблемы или сопоставление информации, идей, мнений, предложений.

Целью проведения дискуссии в этом случае является обучение, тренинг, изменение установок, стимулирование творчества и др.

В проведении дискуссии используются различные организационные методики:

- *Методика «вопрос – ответ»* – разновидность простого собеседования; отличие состоит в том, что применяется определенная форма постановки вопросов для собеседования с участниками дискуссии-диалога.
- *Методика «лабиринта»* или метод последовательного обсуждения – своеобразная шаговая процедура, в которой каждый последующий шаг делается другим участником. Обсуждению подлежат все решения, даже неверные (тупиковые).
- *Методика «эстафеты»* – каждый заканчивающий выступление участник передает слово тому, кому считает нужным.