

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.И. Чуприс



Регистрационный № УД-6547 /уч.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПСИХОЛОГИИ КОММУНИКАЦИЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 03 Психология

1-23 81 04 Социальная психология

2019 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 81 04-2012 г. и учебных планов УВО № Е23з-354/уч.-2018 г., № Е23з-325/уч.2018 г., № Е23з-352/уч.-2018 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

К.В.Стволыгин доцент кафедры социальной работы и реабилитологии, ФФСН БГУ, кандидат исторических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.А.Колмаков, кандидат психологических наук, доцент.

Е.В.Самаль кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой психологии и конфликтологии филиала РГСУ в г. Минске

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной работы и реабилитологии учреждения образования ФФСН БГУ

протокол № 7 от 8.02.2019 г.

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета
протокол № 3 от 11.02.2019 г.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «Современные тенденции психологии коммуникаций» входит в цикл дисциплин специальной подготовки 2-й степени высшего образования, предназначена для обучения студентов магистратуры специальности 1-23 80 03 Психология и 1-23 81 04 Социальная психология. Требования к уровню освоения дисциплины «Современные тенденции психологии коммуникаций» определены образовательным стандартом по специальности 1-23 80 03 Психология и образовательным стандартом по специальности 1-23 81 04 Социальная психология, в котором указано содержание компетенций в виде системы знаний и умений, составляющих психологическую компетентность выпускника вуза.

Актуальность изучения дисциплины обуславливается тем, что в постиндустриальную эпоху одним из ведущих факторов общественного развития выступает информационная и коммуникационная революция. Коммуникационные технологии становятся жизненно важными для глобального информационного общества. Понятие коммуникации как средства связи любых объектов в современной науке приобретает симбиотическое значение и социокультурный смысл, связанный со спецификой обмена информацией в социуме.

Целью изучения дисциплины «Современные тенденции психологии коммуникаций» является формирование у магистров общей коммуникативной компетентности, знаний психологических аспектов коммуникации и ее современных тенденций, навыков эффективного делового общения в условиях профессиональной деятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у студентов 2-й степени высшего образования знаний основных моделей психологии коммуникаций и ее современных тенденций;
- изучение психологических особенностей вербальной и невербальной коммуникаций;
- выявление коммуникативного потенциала имиджа как социально-психологического феномена;
- формирование навыков подготовки и проведения основных форм деловой коммуникации;
- обучение моделированию профессиональной деятельности на основе современных коммуникативных подходов.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием (второй степени). Дисциплина «Современные тенденции психологии коммуникаций» относится к циклу специальных дисциплин.

Связи с другими учебными дисциплинами. Дисциплина «Современные тенденции психологии коммуникаций» неразрывно связана с рядом учебных дисциплин, входящих в перечень подготовки студентов 2-й степени высшего образования, в том числе «Актуальные проблемы

современной социальной психологии», «Актуальные проблемы психологии личности», «Психология управления» и др.

Требования к освоению учебной дисциплины (включая требования образовательного стандарта).

Студенты 2-й ступени высшего образования должны **знать**:

- сущность и содержание процесса коммуникации;
- психологические аспекты коммуникации и ее современные тенденции;
- основные категории процесса общения;
- социально-психологические проблемы деловой коммуникации;
- сущность и способы коммуникативного воздействия.

уметь:

- характеризовать коммуникационные явления и процессы, происходящие в организациях и возможности управления ими;
- организовывать и проводить основные формы деловой коммуникации;
- эффективно общаться в типичных ситуациях практической деятельности;
- гибко использовать полученные знания в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности.

владеть:

- управленческими коммуникациями;
- основными методами исследования в коммуникационном менеджменте;
- основными технологиями информационной деятельности в организации.

Выпускник приобретает следующие компетенции:

Академические:

АК-1. Способность к самостоятельной научно-исследовательской деятельности (определению актуальности и проблемного поля исследования, выбору необходимых методов и методик исследования, сбору, обработке, анализу и проверке достоверности данных, интерпретации психологической информации и др.), готовность к инициированию и реализации новых научных и научно-практических идей.

АК-2. Фундаментальные знания и практические умения для решения задач научно-исследовательской, экспертно-аналитической, организационно-управленческой, проектной, коррекционно-развивающей и инновационной деятельности.

АК-3. Знания в области современных информационных технологий и умение использовать их для решения научных и практических задач.

АК-5. Способность к разрешению проблемных социальных ситуаций.

АК-6. Склонность к постоянному самообразованию.

Социально-личностные компетенции:

СЛК-1. Обладать гражданской ответственностью и этическим

сознанием, основанным на общечеловеческих нормах морали, руководствоваться в своей работе нравственно-этическими, правовыми и профессиональными нормами поведения.

СЛК-2. Совершенствовать и развивать свой личностный потенциал, повышать интеллектуальный общекультурный уровень.

СЛК-3. Занимать ответственную социальную позицию при принятии решений в рамках профессиональной компетенции, проявлять профессионализм, инициативу и креативность в нестандартных и проблемных ситуациях.

СЛК-11. Уметь адаптироваться к новым ситуациям социально-профессиональной деятельности, реализовывать накопленный опыт, свои возможности.

СЛК-12. Самостоятельно приобретать новые знания и умения.

Профессиональные компетенции:

ПК-1. Квалифицировано проводить научные исследования в области социальной психологии.

ПК-2. Планировать, организовывать и обеспечивать внедрение научных исследований в социальную практику.

ПК-6. Анализировать факты и прогнозировать развитие социальных явлений на основе психологической интерпретации текущих событий в обществе.

ПК-8. Оценивать социальные проблемы и тенденции с позиций современной психологии.

ПК-14. Взаимодействовать со специалистами смежных профессий с целью совместного решения задач основной деятельности.

Общее количество часов: 178.

Количество аудиторных часов (дневная форма обучения) по специальности «Социальная психология» – 56.

Форма получения высшего образования второй степени: заочная;

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

Форма обучения	Курс, семестр	Лекции (к-во час.)	Практические занятия (к-во час.)	Самостоятельная работа (к-во час.)
Заочная 1-23 80 04 Социальная психология (2 года)	2 курс. 3 семестр	6	6	166
Заочная 1-23 80 04 Социальная психология (1,5 года)	1 курс. 1 семестр	4	4	
Заочная 1-23 80 04	1 курс.	8	2	160

Социальная психология (1,5 года)	2 семестр			
----------------------------------	-----------	--	--	--

Формы текущей аттестации по учебной дисциплине: экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в психологию коммуникаций

Сущность коммуникации как психологического феномена. Содержание и основные функции коммуникации. Коммуникации в контексте социального поведения. Классификация различных видов коммуникации. Межличностные коммуникации и процессы социальных коммуникаций. Виды, функции и средства социальных коммуникаций. Особенности массовой коммуникации. Современные тенденции развития коммуникативного процесса.

Тема 2. Основные модели коммуникации

Двухступенчатая модель коммуникации. Модель Э. Ноэль-Нойман. Диффузная теория Э. Роджерса. Модель привратника К. Левина. Основные семиотические модели коммуникации (модели Р. Якобсона, Ю. Лотмана, У. Эко). Основные психологические (психотерапевтические) модели коммуникации (модель НЛП, психоаналитическая модель, модель З. Фрейда, модель К. Юнга, модель Лакана и др.). Основные мифологические модели коммуникации (модели К. Леви-Строса, Р. Барта, К. Юнга, Б. Малиновского).

Тема 3. Механизмы воздействия в социальных коммуникациях

Механизмы влияния людей друг на друга в процессе взаимодействия. Психологические механизмы, создающие потенциальную возможность возникновения искажений в процессе познания людьми друг друга. Механизмы взаимопонимания. Межличностные и межгрупповые механизмы понимания человека человеком. Механизмы взаимопонимания в психологической практике.

Тема 4. Средства влияния в социальных коммуникациях

Общая характеристика вербальных, паралингвистических и невербальных средств влияния в коммуникациях. Особенности построения вербальной коммуникации. Паралингвистические сигналы – особенности произнесения речи, отдельных слов и звуков. Структура невербальных средств коммуникации: кинесические, просодические, экстралингвистические, такесические, ольфакторные системы.

Тема 5. Этапы организации коммуникационного процесса и их задачи

Коммуникационный и информационный процессы в организации. Основные этапы организации коммуникационного процесса. Формулирование идеи, концепции (отбор информации). Кодирование и выбор канала передачи информации. Передача сообщения. Декодирование. Критерии эффективности коммуникационного процесса. Коммуникативная компетентность. Модели коммуникативной компетентности.

Социолингвистическая модель Р. Белла. Концепция коммуникативной компетентности Ю. Хабермаса. Теория Дж. Уайменна.

Тема 6. Самопрезентация в социальных контактах

Понятие и сущность самопрезентации. Цели самопрезентации. Функции самопрезентации. Социально-психологические концепции самопрезентации. Классификация видов самопрезентации. Процесс самопрезентации как важное коммуникативное умение. Процесс самомониторинга. Высокий и низкий уровни самомониторинга. Стратегии и техники самопрезентации. Выбор конкретной техники самопрезентации. Ошибки самопрезентации.

Тема 7. Имидж в системе коммуникаций

Понятие «имидж». Субъекты процесса создания имиджа. Индуктор (прототип) и реципиент имиджа. Субъект коррекции. Характеристики имиджа как феномена социальных коммуникаций. Виды и истоки имиджа. Механизмы формирования индивидуального имиджа. Теоретические подходы к анализу имиджа. Имиджформирующая знаковая система. Технология создания и изменения имиджа. Аттракция и имидж. Дресс-код в социальных коммуникациях. Методы оценки и исследования имиджа.

Тема 8. Бренд в системе коммуникаций

Понятие «бренд». Соотношение понятий «имидж» и «бренд». Функции бренда. Структура бренда. Технология разработки персонального бренда. Психологические методы исследования бренда. Подходы к исследованию идентичности бренда. Опасности на пути создания бренда. Индивидуальность бренда. Социально-психологические механизмы восприятия бренда. Влияние референтной группы на восприятие бренда. Психологические методы исследования брендов.

Тема 9. Гендерные аспекты социальных коммуникаций

Гендер как социально-биологическая характеристика. Учет гендерных особенностей в социальных коммуникациях и его значение. Современные теории гендерных доминант в деловых отношениях. Особенности коммуникации в однополых и смешанных группах. Отличительные черты женского речевого поведения. Самораскрытие как феномен социальных коммуникаций.

Тема 10. Обратная связь в коммуникациях

Понимание обратной связи в широком значении. Обратная связь как средство регуляции человеческой деятельности. Разделение обратной связи на результирующую и процессуальную. Основные модели обратной связи (модели Клюгера – ДеНизи, Д. Хатти и Х. Тимперли). Эффекты оценочной обратной связи. Проблема аффектогенности. Результативная обратная связь.

Тема 11. Преграды в организационных коммуникациях и их преодоление

Проблема адекватного восприятия передаваемой информации. Дестабилизирующие факторы и трудности коммуникаций. Факторы окружающей среды. Индивидуально-личностные факторы. Харассмент и сексизмы как трудности коммуникаций. Барьеры на пути коммуникации и их классификация. Детерминация преград в организационных коммуникациях. Пути преодоления преград в организационных коммуникациях. Развитие коммуникативной компетентности. Коммуникативная культура личности и организации. Правила коммуникативного этикета. Правила согласования коммуникативного взаимодействия. Правила самоподачи.

Тема 12. Технологии информационной деятельности и аппарат управления ею в организации

Понятие об информационных технологиях в организации. Классификация информационных технологий в организации. Эволюция аппарата управления с позиции информационного обеспечения. Аппарат управления информационной деятельностью в организации. Коммуникационные роли в процессе передачи информации. Принципы управления формальной и неформальной коммуникацией в организации. Ситуативно-поведенческие технологии в коммуникациях. Особенности подготовки и проведения деловых бесед, совещаний, переговоров. Публичное выступление. Правила конструктивного спора (по С. Кратохвилу).

Тема 13. Основные направления развития «Паблик Рилейшнз» (PR)

Сущность понятия «Паблик Рилейшнз» (Public Relations - PR). Цель и задачи PR. Принципы PR. PR как неотъемлемая часть современной управленческой деятельности, как функция управления. PR как общественная коммуникация. Основные направления деятельности по связям с общественностью. Этические нормы и кодекс профессионального поведения PR-специалиста. Психологические особенности PR-воздействия. Этапы становления PR-политики в органах управления Республики Беларусь. Реализация функции PR в органах государственного и местного управления Республики Беларусь. Внутрифирменные службы по связям с общественностью.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПСИХОЛОГИИ КОММУНИКАЦИЙ»**

для магистрантов заочной формы образования обучения

(социальная психология 2 и 1,5 года)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3		5	6	7	8	9
1	Введение в психологию коммуникаций	2		2				Текущий контроль, устное обсуждение
2	Средства влияния в социальных коммуникациях	2						
3	Самопрезентация в социальных контактах	2		2				Текущий контроль, устное обсуждение
4	Обратная связь в коммуникациях	2						
5	Преграды в организационных коммуникациях и их преодоление	2						
6	Основные направления развития «Паблик Рилейшнз» (PR)	2		2				Текущий контроль, устное обсуждение
	Всего	12		6				Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО - МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной и дополнительной литературы

Перечень основной литературы

1. Деловые коммуникации: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», «Экономика», «Государственное и муниципальное управление» (квалификация (степень) «бакалавр») / Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. - Москва : КноРус, 2016. - 299 с.

2. Общение на результат: как убеждать, продавать и договариваться: [29 методик влияния на собеседника] / Н. Иванов, А. Рязанцев, А. Антипин. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, Питер Пресс, 2017. - 254 с.

3. Психология массовых коммуникаций: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" (квалификация (степень) «бакалавр») / А. М. Руденко, А. В. Литвинова. - Москва : Риор, Инфра-М, печ. 2016 (макет 2017). - 301 с.

4. Психология электронной коммуникации: пособие для магистрантов, осваивающих образовательную программу 2-й ступени высшего образования по специальности 1-26 81 12 «Электронное правительство» / Н. Н. Пыжова, Н. В. Волох. - Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2017. - 134 с.

5. Стволыгин, К.В. Деловое общение и коммуникации: учеб.-метод. комплекс для специальности: 1-86 01 01 «Социальная работа (по направлениям)» направление специальности 1-86 01 01-02 «Социальная работа (социально-психологическая деятельность)» / К.В. Стволыгин ; ГИУСТ БГУ, Каф. социальной работы и реабилитологии. – Минск : ГИУСТ БГУ, 2017. – 147 с. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/173905>. – Библиогр. в тексте. - Загл. с экрана. - № 004609062017. Деп. в БГУ 09.06.2017.

Перечень дополнительной литературы

1. Аакер, Д. Создание сильных брендов. / Д. Аакер. - М.: Изд. дом Гребенникова, 2007.

2. Азарова, Л.В. Ситуационный анализ в связях с общественностью / Л. В. Азарова, В. А. Ачкасова, К. А. Иванова. – СПб. : Питер, 2009.

3. Андреева, Г.М. Психология социального познания./ Г.М. Андреева. -- М.: Аспект-Пресс, 2000.

4. Березин, В.М. Теория массовой коммуникации / В.М. Березин. – М., 1994.

5. Бландел, Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. / Р. Бландел - СПб.: Питер, 2000.

6. Блэк, С. Паблик рилейшнз. Что это такое / Пер. с англ. / С. Блэк. – М.: Новости, 1990. – 240 с.

7. Болотова, А. К. Психология коммуникаций / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 495 с.
8. Болотова, А.К. Социальные коммуникации. / А.К. Болотова, Ю.М. Жуков, Л.А. Петровская. - М.: Гардарики, 2008.
9. Браун, Л. Имидж — путь к успеху / Пер. с англ. / Л.Браун. – СПб.: Питер Пресс,, 1996. – 288 с.
10. Вацлавик, П. Психология межличностный коммуникаций / Пер. с англ. / П.Вацлавик, Дж.Бивин, Д.Джексон. – СПб.: Речь; Гуманитарная Академия, 2000. – 320 с.
11. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. / Е.Л. Доценко - СПб.: Речь, 2003.
12. Зарецкая, Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации / Е.Н.Зарецкая. – М.: Дело, 1998. – 480 с.
13. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент / А.Б.Зверинцев. – СПб.: Союз, 1997. – 288 с.
14. Змановская, Е.В. Руководство по управлению личным имиджем. Е.В. Змановская - СПб.: Речь, 2005.
15. Ивин А.А. Основы теории аргументации / А.А.Ивин. – М.: Гуманитарный издательский центр Владос, 1997. – 384 с.
16. Капитонов, Э.А. Корпоративная культура и PR / Э.А. Капитонов, А.Э. Капитонов. - М.: ИКЦ «Март», 2007. - 416 с.
17. Капферер, Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда. / Ж.-Н. Капферер - М.: Вершина, 2006.
18. Касьянов, Ю.В. PR-кампания своими силами : Готовые маркетинговые решения / Ю.В. Касьянов. – СПб. : Питер, 2008. –
19. Крижанская, Ю.С. Грамматика общения / Ю.С.Крижанская, В.П.Третьяков. – СПб: Питер, 2005. – 288 с.
20. Леонтьев, А.А. Психология общения / А.А. Леонтьев. – 2-е изд., испр. и перераб. – М.: Смысл, 1997. – 365 с.
21. Лэйхифф, Дж. М. Бизнес-коммуникации: Стратегии и навыки / Дж.М. Лэйхифф, Дж.М. Пенроуз. – СПб.: Питер, 2001. – 688 с.
22. Михайлова, Е.В. Обучение самопрезентации. / Е.В. Михайлова - М.: ГУ ВШЭ, 2006.
23. Назаретян, А.П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии / А.П.Назаретян. – СПб.: Питер, 2003. – 192 с.
24. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э.Ноэль-Нойман. – М.: «Прогресс-Академия», 1996. – 352 с.
25. Основы теории коммуникаций: учебник / Под ред. Проф. М.А. Василица. – М.: Гардарики, 2006. – 615 с.
26. Панфилова, А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. / А.П. Панфилова - СПб.: Союз, 2001.
27. Перелыгина, Е.Б. Психология имиджа. / Е.Б. Перелыгина - М.: Аспект-Пресс, 2002.
28. Пиз, А. Язык телодвижений (как читать мысли по жестам). / А. Пиз, А. Гарнер – Москва: Эксмо, 2006. – 416 с.

29. Почепцов Г.Г. Имиджология. – М.: Рефл-бук, 2000. – 612 с.
30. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – М.: Рефл-бук, 1999. – 352 с.
31. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, 2001. – 656 с.
32. Рева, В.Е. Коммуникационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов РФ, гот. спец. по СО. / В.Е. Рева - Пенза: Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2011.
33. Романов, А.А. Грамматика деловых бесед / А.А.Романов. – Тверь, 1995. – 239 с.
34. Садохин, А.П. Межкультурная коммуникация : учеб. пособие / А.П. Садохин. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2006. – 288с.
35. Сидоренко, Е.В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии. / Е.В. Сидоренко - СПб.: Речь, 2002.
36. Соколов, А.В. Введение в теорию социальной коммуникации: учебное пособие / А.В.Соколов. - СПб.: СПбГУП, 1996. – 320 с.
37. Таранов, П.С. Приемы влияния на людей / П.С.Таранов. – М.: ООО «Издательство АСТ», 1997.
38. Ульяновский, А.В. Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса / А. В. Ульяновский. – Изд. 2-е, дораб. – М. : Эксмо, 2008. – 400 с.
39. Урбанович, А.А. Психология управления: Учебное пособие / А.А.Урбанович. – Минск: Харвест, 2001. –640 с.
40. Ушакова, Н. В. Имиджология / Н. В. Ушакова, А. Ф. Стрижова. - 2-е изд. - Москва : Дашков и Ко, 2011. – 277 с.
41. Фишер, Р. Путь к согласию, или переговоры без поражения / Пер с англ. А. Гореловой; Предисл. В.А. Кременюка / Р.Фишер, У.Юри. — М.: Наука, 1992.— 158 с.
42. Чалдини, Р. Психология влияния / Р.Чалдини. – СПб.: Питер,1999. – 272 с.
43. Чернатони, Л. От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления бренда. / Л. Чернатони - М.: Группа ИДТ, 2007.
44. Черных, А.А. Социология массовых коммуникаций / А. Черных. – М. : Изд. Дом ГУВШЭ, 2008. – 451 с.
45. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / А.Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М. : Дело, 2007.
46. Шепель, В.М. Коммуникационный менеджмент / В.М. Шепель. - М.: Гардарики, 2009.
47. Яковлев, И. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций / И.Яковлев. – СПб.: Авалон, Азбука-классика, 2006. – 240 с.
48. Янчук, В. А. Введение в современную социальную психологию: Учеб. пособие для вузов / В.А. Янчук. – Минск: АСАР, 2005. – 768 с: ил.

Электронные ресурсы

1. <http://www.psychol.ras.ru/> – официальный сайт Института психологии РАН.
2. <http://www.voppsy.ru/news.htm> – сайт журнала «Вопросы психологии»;
3. <http://magazine.mospsy.ru/catalogue.shtml> – каталог публикаций Московской психотерапевтической академии.
4. <http://www.psy.msu.ru/> – сайт факультета психологии МГУ.

5. <http://www.koob.ru/> – библиотека психологической литературы.
6. <http://psylib.kiev.ua/> – Киевская библиотека психологической и философской литературы.
7. <http://www.psychology.ru/> – психология на русском языке.
8. <http://azps.ru/index.html> – психология от А до Я.
9. <http://forum.myword.ru/index.php?act=home> – крупный портал психологической информации.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ИТОГОВОЙ ОЦЕНКИ

Оценка за ответы на лекциях (опрос) и семинарских (практических) занятиях может включать в себя полноту ответа, наличие аргументов, примеров из практики и т.д.

При оценивании реферата (доклада) обращается внимание на: содержание и полноту раскрытия темы, структуру и последовательность изложения, источники и их интерпретацию, корректность оформления и т.д.

Оценка эссе (сочинения, статьи) может формироваться на основе следующих критериев: оригинальность (новизна) постановки проблемы и способа ее интерпретации/решения, самостоятельность и аргументированность суждений, грамотность и стиль изложения и т.д.

При оценке портфолио работ студента необходимо обращать внимание на: обоснованность и логичность включения работ, свидетельства качества работ студента (отзывы, рецензии, оценки т.д.), систематичность работы с портфолио, наличие самооценки студентом собственных работ (рефлексивные замечания, реплики, комментарии, проекты изменений).

При оценке открытого (эвристического) задания необходимо учитывать: самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта, исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей, личностная значимость достигнутых результатов.

Оценка проекта может включать актуальность исследуемой проблемы, корректность используемых методов исследования, привлечение знаний из различных областей, организация работы группы, практикоориентированность полученных результатов.

Формой текущей аттестации по дисциплине ««Индивидуальное и групповое консультирование: теория и практикум»» учебным планом предусмотрен для специальности 1-23 80 03 Психология – зачет, для специальности 1-23 81 04 Социальная психология – экзамен.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- ответы на семинарских занятиях – 25 %;
- подготовка реферата – 25 %;
- выполнение проекта – 25%;
- выполнение теста – 25 %.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых

коэффициентов Вес оценка по текущей успеваемости составляет 40 %, экзаменационная оценка – 60 %.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Программа учебной дисциплины предполагает организацию и проведение самостоятельной работы (СР) студентов, направленной на:

- активизацию учебно-познавательной деятельности обучающихся;
- формирование у обучающихся умений и навыков самостоятельного приобретения и обобщения знаний и применения их на практике;
- саморазвитие и самосовершенствование студентов.

Научно-методическое обеспечение СР по учебной дисциплине включает:

- учебную, справочную, методическую, иную литературу, представленную в «Списке основной и дополнительной литературы»;
- учебно-методические комплексы, в том числе электронные;
- мультимедийные, аудио- и видеоматериалы;

Самостоятельная работа предполагает:

- проработку тем (вопросов), вынесенных на самостоятельное изучение;
- выполнение творческих заданий;
- подготовку сообщений, тематических докладов, рефератов, презентаций, эссе;
- выполнение практических заданий;
- конспектирование учебной литературы;
- подготовку отчетов; составление обзора научной литературы по заданной теме.

**ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА
ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПСИХОЛОГИИ
КОММУНИКАЦИЙ»**

Практическое занятие №1

Тема 1. Введение в психологию коммуникаций

1. Сущность коммуникации как психологического феномена. Функции коммуникации.
2. Классификация различных видов коммуникации.
3. Виды и средства социальных коммуникаций.
4. Основные модели коммуникации.
5. Современные тенденции развития коммуникативного процесса.

Практическое занятие №2

Тема 6. Самопрезентация в социальных контактах

1. Понятие, сущность и цели самопрезентации.
2. Социально-психологические концепции самопрезентации.
3. Классификация видов самопрезентации
4. Процесс самопрезентации как важное коммуникативное умение.
Процесс самомониторинга.
5. Стратегии и техники самопрезентации.
6. Ошибки самопрезентации.

Практическое занятие №3

Тема 13. Основные направления развития «Паблик Рилейшнз» (PR)

1. Сущность понятия «Паблик Рилейшнз» (Public Relations - PR). Цель и задачи PR.
2. PR как общественная коммуникация.
3. Принципы, этические нормы и кодекс профессионального поведения PR-специалиста.
4. Психологические особенности PR-воздействия.
5. Реализация функции PR в органах государственного и местного управления Республики Беларусь.

**ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОВ К
ПРЕПОДАВАНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ)**

При организации образовательного процесса используется *практико-ориентированный подход*, который предполагает:

- освоение содержание образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

ТЕМЫ РЕФЕРАТИВНЫХ РАБОТ

1. Феноменология коммуникативного процесса.
2. Научные психологические методы исследования коммуникации.
3. Качественная и количественная методология в исследовании коммуникации.
4. Прикладные методы в исследовании коммуникации.
5. Процессуальный подход к изучению коммуникации.
6. Семиотический подход к изучению коммуникации.
7. Структурный подход к изучению коммуникации.
8. Деятельностный подход к изучению коммуникации.
9. Диалогический подход к изучению коммуникации.
10. Теория обмена как объяснительная модель межличностного общения.
11. Когнитивные модели межличностного общения.
12. Модель межличностного общения в гуманистической психологии.
13. Социально-психологические детерминанты эффективности межличностной коммуникации.
14. Механизмы межличностного познания.
15. Факторы адекватности межличностного познания.
16. Социально-перцептивные способности личности.
17. Стратегии взаимопонимания.
18. Особенности коммуникации в социальных группах.
19. Массовые коммуникативные процессы.
20. Особенности Net-мышления в современной коммуникации.
21. Психология коммуникации в Интернет.
22. Психологическое воздействие в процессе коммуникации.
23. Психологические детерминанты влияния массовых коммуникативных процессов на личность.
24. Включенность аудитории в массовую коммуникацию.

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ
К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ПСИХОЛОГИИ КОММУНИКАЦИЙ»**

1. Сущность и значение коммуникации. История изучения коммуникации.
2. Цели и основные функции коммуникации.
3. Сущность коммуникации как психологического феномена.
3. Классификация различных видов коммуникации.
4. Особенности массовой коммуникации.
5. Специфика коммуникации в организации.
6. Основные модели коммуникации.
7. Основные психологические (психотерапевтические) модели коммуникации.
8. Средства коммуникации и их характеристика.
9. Сущность коммуникационного процесса.
10. Характеристика основных элементов коммуникационного процесса.
11. Основные этапы коммуникационного процесса и их характеристика.
12. Механизмы воздействия в социальных коммуникациях.
13. Модели коммуникативной компетентности.
14. Дестабилизирующие факторы и трудности коммуникаций.
15. Барьеры на пути коммуникации и их классификация.
16. Коммуникативная культура личности и организации. Правила коммуникативного этикета.
17. Особенности построения вербальной коммуникации.
18. Умение слушать как средство вербальной коммуникации.
19. Публичное выступление как форма деловой коммуникации.
20. Убеждение, внушение, подражание, заражение как основные способы вербальной коммуникации.
21. Особенности и значение невербальной коммуникации.
22. Понятие, сущность, задачи и виды самопрезентации.
23. Стратегии и техники самопрезентации.
24. Имидж как коммуникативный фактор. Механизмы создания имиджа.
25. Условия создания эффективного имиджа.
26. Бренд в системе коммуникаций. Модели брендинга.
27. Технология разработки персонального бренда.
28. Учет гендерных особенностей в социальных коммуникациях и его значение.
29. Обратная связь как средство регуляции человеческой деятельности.
30. Основные модели обратной связи.
31. Понятие об информационных технологиях в организации. Классификация информационных технологий в организации.
32. Аппарат управления информационной деятельностью в организации. Коммуникационные роли в процессе передачи информации.
33. Принципы управления формальной и неформальной коммуникацией в

организации.

34. Методы повышения эффективности нисходящих и восходящих коммуникаций.

35. Особенности подготовки и проведения деловых бесед, совещаний, переговоров.

36. Сущность понятия «Паблик Рилейшнз» (Public Relations - PR). Принципы PR.

37. Этические нормы и кодекс профессионального поведения PR-специалиста.

38. Реализация функции PR в органах государственного и местного управления Республики Беларусь.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Актуальные проблемы современной социальной психологии	Социальной работы и реабилитологии	Изменений не требуется	Изменений не требуется. Протокол № от
Психология управления	Социальной работы и реабилитологии	Изменений не требуется	Изменений не требуется. Протокол № от
Актуальные проблемы психологии личности	Социальной работы и реабилитологии	Изменений не требуется	Изменений не требуется. Протокол № от