**Вопросы для итогового контроля**

1. Объект, предмет и практические задачи психологии массовой коммуникации
2. Основные модели взаимодействия коммуникатора и аудитории.
3. Межличностная и массовая коммуникация.
4. Структура массового общения.
5. Средства массовой коммуникации. Характеристика.
6. Теория бихевиоризма в исследованиях массовой коммуникации.
7. Психоанализ и неофрейдизм в исследованиях массовой коммуникации.
8. Гештальтпсихология в исследованиях массовой коммуникации.
9. Гуманистическая психология и самоактуализация в изучении массовых коммуникаций.
10. Отечественные теории массовой коммуникации.
11. Аксиологический потенциал СМИ.
12. Общественное мнение: структура и принципы формирования.
13. Центры изучения общественного мнения в России и зарубежом.
14. Модели психологического воздействия PR- коммуникации.
15. Понятие и типология аудитории массовой коммуникации.
16. Мотивы, классификация мотивов, процесс мотивации.
17. Потребности, классификация потребностей, использование потребностей аудитории в массовой коммуникации (рекламной, PR, публицистике).
18. Ценности: понятие, виды, использование в массовой коммуникации.
19. Методы психологии в изучении аудитории.
20. Факторы восприятия информации.
21. Основные эффекты массовой коммуникации.
22. Внимание как фактор функционирования массовой коммуникации.
23. Способы привлечения и удержания внимания.
24. Ощущения как психические процессы, их роль в массовой коммуникации.
25. Мышление как психический процесс, его роль в восприятии информации массовой коммуникации.
26. Критерии эффективности воздействия информации.
27. Методы психологического воздействия в массовых коммуникациях: гипноз и внушение.
28. Методы психологического воздействия в массовых коммуникациях: убеждение, воздействие имиджем.
29. Методы психологического воздействия: идентификация, подражание, заражение.
30. Стереотип: функции и методы изучения.
31. Принципы информационной атаки в PR.
32. Техника конструирования имиджа. Имидж в рекламе.
33. Родовые признаки и приемы манипуляции.
34. Принципы информационной безопасности.
35. Сеть как понятие. Особенности сетевых коммуникаций.
36. Характеристика социальных сетей. Блогосфера.
37. Интернет-СМИ.
38. Признаки и симптомы интернет –зависимости.
39. Психология слухов и предрассудков. Социальные функции слухов.
40. Слухи как фактор формирования общественного мнения. Каналы запуска и распространения слухов.
41. Мифология в политической коммуникации. Мифологическое сознание.
42. Национальные мифы. Мифология в советской истории.
43. Реклама, влияние на поведение потребителей.
44. Психологические особенности телевидения и ТВ- рекламы. Жанры ТВ- рекламы и методы психологического воздействия, используемые в них.
45. Психологические особенности радио и радиорекламы. Жанры радиорекламы и методы психологического воздействия, используемые в них.
46. Психологические особенности печатной рекламы (реклама в газетах, журналах).
47. Психологические особенности наружной рекламы.
48. Взаимодействие с аудиторией при политической коммуникации.
49. Нейролингвистическое программирование личности. Приемы лингвистического манипулирования.
50. Секреты воздействия Ричарда Харриса и Роберта Чалдини.