上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030127 | 课程名称 | 传播心理学 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 沈慧萍 | 教师邮箱 | 05024@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 传播学B18-1 | 上课教室 | 二教408 |
| 答疑时间 | 时间：周一5、6节或周四中午 地点：新闻传播学院216 电话：58139400 | | |
| 主要教材 | 自编讲义 | | |
| 参考资料 | 《传播心理学》，姜笑君，东北大学出版社2016年版  《心理学理论怎么用：传播心理学》，方建移，浙江教育出版社2016年版  《广告心理学》，黄合水，厦门大学出版社2017年版 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 导论：本课程的教学内容、考核方式等 | 讲课 |  |
| 2 | 第一单元：传播与动机1  动机和需要的关系，传播活动中传受双方传播与接受信息的动机内容 | 讲课 |  |
| 3 | 第一单元：传播与动机2  选择性心理；动机与传播工作效率之间的关系 | 讲课、汇报 |  |
| 4 | 第二单元：传播与认知1  传受者注意的概念与特征 | 讲课 | 过程考核1（X1） |
| 5 | 第二单元：传播与认知2  传受者认知结构的概念与特征 | 讲课 |  |
| 6 | 第二单元：传播与认知3  传受者的思维定势，知道思维定势如何影响受众对信息的认知 | 讲课、练习 |  |
| 7 | 第二单元：传播与认知4  印象管理的诸多效应，如第一印象塑造、刻板印象等 | 讲课、讨论 |  |
| 8 | 第三单元：传播与情感1  传受者的情绪情感内涵、三个层次及功能 | 讲课 |  |
| 9 | 第三单元：传播与情感2  传受者情感体验的个体差异性 | 讲课 | 过程考核2（X2） |
| 10 | 第四单元：传播与态度1  态度的概念，态度在传播活动中的作用 | 讲课 |  |
| 11 | 第四单元：传播与态度2  影响受众态度改变的因素，如信息本身的因素、传播者的因素 | 讲课 |  |
| 12 | 第四单元：传播与态度3  影响受众态度改变的因素，如传播方式的因素 | 讲课、汇报 | 过程考核3（X3） |
| 13 | 第五单元：传播与社会角色1  传播者的角色定位及受众对传者的角色期待；“移情”在角色互换中的作用 | 讲课 |  |
| 14 | 第五单元：传播与社会角色2  传播者的角色误区。传播者常见的人格发展缺陷，如抑郁、焦虑、虚荣等。 | 讲课 |  |
| 15 | 第六单元：传播接受心理与环境因素1  文化、亚文化对传播接受心理的影响 | 讲课 |  |
| 16 | 第六单元：传播接受心理与环境因素2  社会阶层、家庭等环境因素对传播接受心理的影响 | 讲课、讨论 |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末开卷考 | 40% |
| X1 | 课堂表现，包括出勤率、课堂互动等 | 15% |
| X2 | 小组项目报告：基于受众心理的短视频制作及传播效果研究 | 30% |
| X3 | 案例分析：从近期大众传播领域中寻找三个案例，分析其是如何影响受众态度改变的，形成PPT | 15% |

任课教师：沈慧萍 系主任审核：沈慧萍 日期：2020.2