



**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»



УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИФИЯМ ИГУ Ташлыкова М. Б.

15 марта 2022 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)

**Б1.В.ДВ.02.01 ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ  
МНЕНИЕМ**

Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки

**Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства**

Квалификация выпускника – **магистр**

Форма обучения **очная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ ИГУ

Протокол № 7 от «15» марта 2022 г.

Председатель Михалёва О. Л.

Рекомендовано отделением  
ВШЖМ:

Протокол № 7 от «11» марта 2022 г.

Руководитель отделения

Гимельштейн А. В.

Иркутск 2022 г.

## Содержание

	стр.
1. Цели и задачи дисциплины (модуля)	3
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.	3
3. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	3
4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы	5
5. Содержание дисциплины (модуля)	5
5.1 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля)	5
5.2 Разделы дисциплины (модуля) и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами (модулями)	6
5.3 Разделы и темы дисциплин (модулей) и виды занятий	6
6. Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ, план самостоятельной работы студентов, методические указания по организации самостоятельной работы студентов	7
6.1. План самостоятельной работы студентов	10
6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	12
7. Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)	16
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля):	16
а) основная литература;	
б) дополнительная литература;	
в) программное обеспечение;	
г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	18
10. Образовательные технологии	19
11. Оценочные средства (ОС)	20

## **1. Цели и задачи дисциплины (модуля):**

**Цель:** сформировать знания и умения в области управления политическими коммуникациями.

Дисциплина в рамках ООП направлена на базовую профессиональную подготовку магистрантов гуманитарного вуза, она способствует развитию у будущих журналистов таких личностных качеств, как социальную ответственность и воображение, планированию и прогнозированию своей личностной и общественной деятельности. Прививает навыки исследования журналистскими методами проблем социально-экономического взаимодействия человека, поиск ресурсов для их преодоления, опыт установления конструктивного социального партнёрства с разными институтами общества, которые способствуют формированию готовности действовать во имя консолидации российского общества и гражданскому воспитанию студентов в целом.

### **Задачи дисциплины:**

- освоение теоретической основы предмета изучения;
- формирование навыков осознанного применения методов, приёмов и современных технологий в предметной области;
- формирование представления о ключевых региональных особенностях работы с общественным мнением;
- обучение основным средствам сбора и аналитики общественного мнения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина **Б1.В.ДВ.02.01 Технологии управления общественным мнением** относится к части учебного плана подготовки магистров по направлению: 42.04.02 Журналистика, «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства», формируемой участниками образовательных отношений.

Магистр по направлению подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства» должен быть подготовлен к выполнению таких профессиональных задач, как планирование и организация рекламных и PR кампаний, руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга, организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения и т.д.

В связи с этим необходимым условием полноценной подготовки магистра по данному направлению является овладение методологией и методикой анализа общественного мнения, построения и управление кампаниями его формирующими.

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» (далее – дисциплина) относится к дисциплинам по выбору и изучается во взаимосвязи с другими дисциплинами.

Приступая к изучению данной дисциплины, студент должен иметь базовые знания, получаемые в рамках таких дисциплин, как: «Технология создания рекламного продукта».

Знания и умения, полученные в результате освоения дисциплины станут основой для освоения дисциплины «Политические коммуникации», «Коммуникативное воздействие и теория аргументации».

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Общая трудоёмкость дисциплины - **3 зачётные единицы, 108 часов.**

## I. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки (специальности) 42.04.02 Журналистика, Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства: УК -1, УК -3.

### Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
<b>УК-1</b> Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- основные источники получения информации, включая нормативные, методические, справочные и реферативные источники;</li><li>- особенности системного и критического мышления</li></ul> <b>Умеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- интерпретировать информацию в соответствии с поставленными задачами научной исследовательской деятельности;</li><li>- использовать знания современной науки при решении исследовательских задач;</li><li>- критически анализировать информацию (отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности); анализировать источник информации; сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений);</li></ul> <b>Владеет:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации;</li></ul>
<b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		<b>Знает:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- теоретические основы, особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде;</li><li>- основные понятия и методы конфликтологии, особенности поведения различных групп общества, с которым осуществляет-</li></ul>

		<p>ся взаимодействие, учитывать их в своей деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- концептуальные основы мотивации, лидерства, группового поведения, распространения информации в сетевом пространстве, дискурса, мифологического мышления.</li> </ul> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе;</li> <li>- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды.</li> </ul> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде</li> </ul>
--	--	--

## IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов,  
в том числе \_\_\_\_\_ зачетных единиц, \_\_\_\_\_ часов на экзамен (при наличии)

Форма промежуточной аттестации: \_\_\_\_\_ зачет \_\_\_\_\_  
(экзамен, зачет, зачет с оценкой)

### 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная Работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	<b>Тема 1.</b> Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике.		2	2		12	Устный опрос
2.	<b>Тема 2.</b> Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.		2	2		12	Устный опрос
3.	<b>Тема 3.</b> Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.		2	2		12	Устный опрос
4.	<b>Тема 4.</b> Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.		2	2		12	контрольная работа

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная Работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися				
5.	<b>Тема 5.</b> Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.		2	2		14	Практическая работа
6.	<b>Тема 6.</b> Формирование и технологии использования общественного мнения		4	4		14	практическая работа
<b>Итого часов</b>			<b>14</b>	<b>14</b>		<b>76</b>	Зачет

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
2	<b>Тема 1.</b> Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике.	Сущность общественного мнения как социального явления и концептуальной категории социологии. Основные свойства и характеристики. 2.Правомерность и соотношение двухуровневого подхода в социологическом изучении общественного мнения. 3.Система базовых понятий и категорий социологии общественного мнения.	1-2 нед.	12	Устный опрос	Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы [Текст] : учебное пособие для вузов / Р. И. Мокшанцев. - М. : ИНФРА-М ; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2008. - 230 с. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник / ред. Л. М. Дмитриева. - М.: Экономистъ, 2008. - 639 с.



Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
2	<b>Тема 2.</b> Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.	Практическое задание	1-2 нед.	12	Практическое задание	<p><b>Социология</b> [Текст] : учебник для бакалавров, студ. вузов, обуч. по несоциолог. спец. / Урал. гос. юрид. акад. ; отв. ред. В. А. Глазырин. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 400 с. ( 21 экземпляр)</p> <p><b>Кравченко, Альберт Иванович.</b> Методология и методы <b>социологических исследований</b> [Текст] : учеб. для бакалавров : учеб. для студ. вузов, обуч. по напрavl. 040200 "<b>Социология</b>" / А. И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - М. : Юрайт, 2016. - 828 с. ( 5 экземпляров)</p>
2	<b>Тема 3.</b> Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.	Практическое задание	1-2 нед.	12	Практическое задание	То же

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
2	<b>Тема 4.</b> Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.	<i>Вопросы для дискуссии:</i> 1. Характеристика функций общественного мнения. 2. Традиционные подходы к их типологизации. Институциональные и неинституциональные функции. 3. Классификация функций общественного мнения по объекту функционирования, критерию направленности и характеру влияния на социальную систему. Проблема их систематизации. 4. Явные, латентные функции и дисфункции общественного мнения.	1-2 нед.	12	контрольная работа	То же

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения (неделя)	Затраты времени (час.)		
2	<b>Тема 5.</b> Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.	<i>Вопросы для дискуссии:</i> Общественное мнение в социокультурной системе современного общества. 2. Общественное мнение как предмет современного научного знания. 3. Общественное мнение как специальная теория. Ее роль и место в социологическом познании. 4. Интерпретация понятий «проблема» и «проблемное поле» при исследовании общественного мнения. 5. Потребности и современные проблемы изучения общественного мнения в России.	1-2 нед.	14	Устный опрос	То же
2	<b>Тема 6.</b> Формирование и технологии использования общественного мнения	Практическое задание	1-2 нед.	14	практическая работа	То же
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)						
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>76</b>		

### 4.3. Содержание учебного материала

#### **Тема 1.** Социологические основания теории и практики избирательных кампаний.

PR в политике.

Специфика PR в предвыборной кампании. Предвыборная работа с элитами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральными аудиториями. Идея, воплощенная в слогане. Образ врага общественного мнения. Расчет голосов. Сравнение эффективности предвыборных действий.

*Разведывательное* исследование (пилотажное, зондажное) – ограниченные задачи. Наиболее доступный метод сбора информации (анкетный опрос или интервью). *Экспресс-опрос* выявления общественного мнения по какой-либо проблеме, факту (зондаж общественного мнения). Выявление степени эффективности проведенных мероприятий.

*Описательное* исследование – получение эмпирических данных; относительно целостное представление об общественном мнении, его структурных элементах.

*Аналитическое* – углубленный вид социологического исследования.

Система маркетинговых коммуникаций, политических технологий, менеджмента. Характеристика рынка PR-услуг в современном мире. Этика PR-деятельности. Основы эффективной деловой коммуникации.

#### **Тема 2.** Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.

Свобода слова и общественное мнение. Способы цензуры в российской провинции. Административные способы ограничения свободы слова. Борьба за цензурную инициативу. Типы средств массовой информации и их влияние на общественное мнение. События и изменение общественного мнения. Стабильность мнения, перспективность.

Максимальная значимость утверждения и обществления действия. Личный интерес и общественное мнение.

Неструктурированность. Мнения меньшинства.

Лидер общественного мнения, доверие, критика, ответственность, нетерпимость.

Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения.

Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина.

Конструирование эффективного события для общественного мнения. Особенности организации и сферы применения дискуссионных, учебных форм и специальных событий. Методика подготовки эффективных пресс-событий.

Технология построения и технология управления новостями.

#### **Тема 3.** Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.

Власть и общественное мнение. Взаимное недоверие. Культурная политика как формирование полезных традиций. Механизмы моды. Элиты – автономные проводники политики. Работа специалиста по PR с чиновниками. Урегулирование интересов власти и общественного мнения. Требование действия - реакция общественного мнения. Личный интерес и мнение людей. Лидерство. Оценка истинности общественного мнения.

Этапы формирования общественного мнения: поддержка активных сторонников; привлечение нерешительных; нейтрализация оппозиции; ориентир на большинство; сильный лидер.

#### **Тема 4.** Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.

От тоталитаризма к демократии. Значимые характеристики общественного мнения. Отношения корпоративных объединений как объект работы по связям с общественностью. Содержание общественных отношений. Необходимость проектирования аудиторных объединений. Значение корпоративных отношений в структуре общественного мнения. Средний класс.

Формы корпоративных отношений. Лоббирование корпоративных интересов. Формы организации лоббирования. Правила лоббирования. Формирование корпоративной этики. ИМК в составлении PR-плана, форм и функций общественного мнения. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения. PR как элемент маркетингового плана.

**Тема 5.** Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.

Возможные предметы теории общественного мнения. Социология и политология – лидеры среди наук, изучающих общественное мнение. От опросов к мониторингам общественного мнения. Проблемы и методы изучения общественного мнения. Степень актуальности. Интересы опосредованные и прямые носители, лидеры мнений.

Объекты общественного мнения: многозначность толкования и безусловность оценочных суждений. Распространенность мнения, его компетентность.

**Тема 6.** Формирование и технологии использования общественного мнения

Закономерности общественного мнения. Использование общественного мнения. Свобода манипулирования или свобода от манипуляций.

Эффективные системы мотивации продуктивного обмена мнением и консолидации. Технологии и опыт. Миссия компании. Корпоративная культура. Эффективные стили и модели руководства компании. Построение эффективной коммуникации внутри команды.

PR как профессия. Профессиональные ассоциации и стандарты. Службы PR, консультации и агентства PR. Перспективы развития практики PR.

Базовая информация для инвесторов. Инвестиции в «самое лучшее». Вложения в престиж. Спонсоринг и фандрайзинг.

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1	<b>Тема 1.</b> Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике.	2	Устный опрос	УК-1,3
2.	2	<b>Тема 2.</b> Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.	2	Практическое задание	УК-1,3
3.	3	<b>Тема 3.</b> Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.	2	Практическое задание	УК-1,3
4.	4	<b>Тема 4.</b> Сущность социально-технологического	4	Контрольная работа	УК-

		подхода в формировании общественного мнения.			1,3,
5	5	<b>Тема 5.</b> Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.	2	Опрос	УК-1,3
6	6	<b>Тема 6.</b> Формирование и технологии использования общественного мнения	2	Практическая работа	УК-1,3

**4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)**

№ Пп /п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	<b>Тема 1.</b> Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике.	Сущность общественного мнения как социального явления и концептуальной категории социологии. Основные свойства и характеристики. 2.Правомерность и соотношение двухуровневого подхода в социологическом изучении общественного мнения. 3.Система базовых понятий и категорий социологии общественного мнения.	УК- 1,3	
2	<b>Тема 4.</b> Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.	<i>Вопросы для дискуссии:</i> . Характеристика функций общественного мнения. 2.Традиционные подходы к их типологизации. Институциональные и неинституциональные функции. 3.Классификация функций общественного мнения по объекту функционирования, критерию направлен-	УК-1,3	

		ности и характеру влияния на социальную систему. Проблема их систематизации. 4. Явные, латентные функции и дисфункции общественного мнения.		
3	<b>Тема 5.</b> Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.	<i>Вопросы для дискуссии:</i> Общественное мнение в социокультурной системе современного общества. 2. Общественное мнение как предмет современного научного знания. 3. Общественное мнение как специальная теория. Ее роль и место в социологическом познании. 4. Интерпретация понятий «проблема» и «проблемное поле» при исследовании общественного мнения. 5. Потребности и современные проблемы изучения общественного мнения в России.	УК – 1,3.	

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа обучающегося предполагает подготовку рефератов, сообщений, докладов и презентаций по темам дисциплины «Технологии продаж».

Тема реферата должна быть проблемной и профессионально ориентированной, требующей самостоятельной творческой работы обучающегося и при необходимости использования практического материала. Обучающиеся подготавливают текст реферата и к нему презентацию для представления и обсуждения в группе обучающихся. Данная интерактивная технология обучения способствует развитию у обучающихся информационной коммуникативности, творческого мышления, способности вести дискуссию, аргументировано отвечать на вопросы.

Доклады и обсуждения презентаций работ обучающихся рекомендуется проводить в рамках аудиторного и внеаудиторного времени (конференций, круглых столов, деловых игр и других видов учебной работы).

Преподаватель обеспечивает консультирование по данной теме и остальным видам самостоятельной работы. Большое значение в подготовке специалистов с высшим профессиональным образованием в современных условиях, где компетентностный подход основан на использовании новых форм обучения, придается использованию в самостоятельной работе

студентов подготовки презентаций. Эта форма работы студента «встроена» в систему профессиональной предметной подготовки будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью, она коррелирует и взаимодействует с другими элементами этой системы, прежде всего с науками, предметные области которых включаются в дисциплины профессиональный блок.

При выполнении самостоятельной работы обучающиеся расширят свои знания, изучат закономерности становления и развития готовности к творческому решению профессиональных задач. При выполнении самостоятельной работы закрепляется практическая значимость дисциплины; - содержащиеся в нем теоретические положения и выводы создают ориентировочную основу для проектирования и реализации стиля профессиональной деятельности.

Творчество есть непреходящий атрибут современной профессиональной деятельности. Отражая креативные способности и инновационный стиль мышления современного специалиста, оно делает его самоорганизующимся субъектом профессиональной деятельности. Установка на нетрадиционные способы решения профессиональных задач приводит к становлению у специалиста творческого стиля деятельности, который представляет собой систему способов и тактики, обеспечивающих выход за пределы нормативной деятельности и обогащающих ее оригинальными, нестандартными профессиональными решениями, находками, открытиями.

#### **Методические рекомендации по подготовке презентации**

Компьютерную презентацию, сопровождающую выступление докладчика, удобнее всего подготовить в программе MS PowerPoint. Презентация как документ представляет собой последовательность сменяющих друг друга слайдов - то есть электронных страничек, занимающих весь экран монитора (без присутствия панелей программы).

Чаще всего демонстрация презентации проецируется на большом экране, реже – раздается собравшимся как печатный материал. Количество слайдов адекватно содержанию и продолжительности выступления (например, для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов).

На первом слайде обязательно представляется тема выступления и сведения об авторах. Максимальное количество графической информации на одном слайде – 2 рисунка (фотографии, схемы и т.д.) с текстовыми комментариями (не более 2 строк к каждому).

Наиболее важная информация должна располагаться в центре экране. Особо тщательно необходимо отнестись к оформлению презентации. Для всех слайдов презентации по возможности необходимо использовать один и тот же шаблон оформления, кегль – для заголовков - не меньше 24 пунктов, для информации - не менее 18. В презентациях не принято ставить переносы в словах.

#### **Методические указания по подготовке к семинарскому занятию в форме проблемной дискуссии**

Дискуссия в формате «круглого стола» направлена на обсуждение какой-либо актуальной темы, требующей всестороннего анализа. Как правило, перед участниками не стоит задача полностью решить проблему, они ориентированы на возможность рассмотреть ее с разных сторон, собрать как можно больше информации, осмыслить ее, обозначить основные направления развития и решения, согласовать свои точки зрения, научиться конструктивному диалогу. Поскольку дискуссия организуется в прямом смысле за круглым столом, в ней могут принять участие 15 - 25 чел.

Начиная подготовку к семинарскому занятию в форме проблемной дискуссии, необходимо, прежде всего, указать студентам страницы в конспекте лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы они получили общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует рекомендовать им поработать с дополнительной литературой, сделать записи по рекомендованным источникам.



При непосредственной подготовке к занятию начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано.

### **Методические указания по подготовке реферата**

Содержание реферата должно быть логичным. Объем реферата, как правило, от 5 до 15 машинописных страниц. Темы реферата разрабатывает преподаватель, ведущий данную дисциплину. Перед началом работы над рефератом следует наметить план и подобрать литературу.

Прежде всего, следует пользоваться литературой, рекомендованной учебной программой, а затем расширить список источников, включая и использование специальных журналов, где имеется новейшая научная информация.

#### **Структура реферата:**

- титульный лист
- оглавление
- введение (даётся постановка вопроса, объясняется выбор темы, ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи реферата, дается характеристика используемой литературы);
- основная часть ( состоит из подглав, которые раскрывают отдельную проблему или одну из ее сторон и логически являются продолжением друг друга).
- заключение (подводятся итоги и даются обобщенные основные выводы по теме реферата, делаются рекомендации)
- список литературы

Защита реферата студентом предусматривает доклад по реферату не более 5-7 минут, ответы на вопросы оппонента. На защите запрещено чтение текста реферата. Общая оценка за реферат выставляется с учетом оценок за работу, доклад, умение вести дискуссию и ответы на вопросы.

### **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **а) основная литература:**

**Социология** [Текст] : учебник для бакалавров, студ. вузов, обуч. по несоциолог. спец. / Урал. гос. юрид. акад. ; отв. ред. В. А. Глазырин. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 400 с. ( 21 экземпляр)

#### **Кравченко, Альберт Иванович.**

Методология и методы **социологических исследований** [Текст] : учеб. для бакалавров : учеб. для студ. вузов, обуч. по направл. 040200 "**Социология**" / А. И. Кравченко ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - М. : Юрайт, 2016. - 828 с. ( 5 экземпляров)

#### **б) дополнительная литература:**

**Управление общественными отношениями** [Текст] : учеб. пособие / ред. Ю. К. Федулов. - М. : Вузовский учебник : Инфра-М, 2011. - 152 с. ( 1 экземпляр)

#### **Капитонов, Эдуард Алексеевич.**

**Управление общественными отношениями** : учеб. пособие / Э. А. Капитонов, Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. - 2-е изд. - М. : Дашков и К', 2009. - 367 с. ( 5 экземпляров)

**Чумиков, Александр Николаевич.**

Медиарилейшнз [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. подготовки (спец.) "Реклама и связи с общественностью" / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. ( 1 экземпляр)

**Стариков, Александр Георгиевич.**

Масс-медиа современной России [Текст] : учеб. пособие для общеобраз. учрежд. высш. проф. образ. / А. Г. Стариков. - Ростов н/Д : Феникс, 2013. - 250 с. ( 2 экземпляра)

**Чумиков, Александр Николаевич.**

Антикризисные коммуникации [Текст] : учеб. пособие / А. Н. Чумиков. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 173 с. ( 1 экземпляр)

**Гринберг, Татьяна Эдуардовна.**

Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект [Текст] : научное издание / Т. Э. Гринберг. - М. : Изд-во МГУ, 2012. - 323 с. ( 1 экземпляр)

**Епархина, Ольга Валерьевна.**

Социология общественного мнения [Текст] : учеб. для студ. учрежд. высш. проф. образования / О. В. Епархина. - М. : Академия, 2013. - 239 с. ( 1 экземпляр)

**г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

- отечественные Интернет ресурсы

1. <http://www.tns-global.ru/rus/index.wbp> Сайт исследовательской компании TNS Россия, проводящей медиа аналитические исследования, в том числе сбор данных для пакетов PaloMars, Galileo.

2. <http://mediaguide.ru/> - портал о медиабизнесе для профессионалов.

3. <http://www.grp.ru/> - портал, посвященный технологии продажи рекламы на телевидении по GRP.

4. <http://www.mediascope.ru/> - Электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова.

5. <http://www.advertology.ru> Наука о рекламе

6. <http://www.akarussia.ru> - Ассоциация коммуникативных агентств России:

7. - <http://www.raso.ru> Российский PR –портал:

- зарубежные Интернет-ресурсы:

1. <http://www.admedia.org/> Advertising Media Planning: A Primer.

2. [http://www.srds.com/frontMatter/sup\\_serv/calculator/index.html](http://www.srds.com/frontMatter/sup_serv/calculator/index.html) Media Planning & Buying Calculators

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-лабораторное оборудование:

№	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения.  Реквизиты подтверждающего документа
1	Б1.В.ДВ.02.01 Технологии управления общественным мнени-	<i>Специальные помещения:</i> Компьютерный класс (учебная ауди-	Аудитория оборудована: <i>специализированной (учебной) мебелью</i> на 15 поса-	Соглашение V4991270-S2Y-00002 O365ProPius

	ем	тория) для групповых и индивидуальных консультаций, организации самостоятельной работы, в том числе, научно исследовательской	дочных мест, доской меловой; оборудована <i>техническими средствами обучения</i> : Компьютеры (Системный блок AMDAthlon-64 X2 3000 MNz, Монитор LGL191WS (15 штук), Монитор ASUSLCD 22 VWW22ID (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; проектор EpsonEMP-1810, ноутбук FSUSS300N, экран ScreenVtdiaEcot-3200*200MW 1:1, колонки;	OpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty(15000 лицензий)
--	----	---	--	--

## 6.2. Программное обеспечение:

- «**Kaspersky Endpoint Security**» для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499
- Node 1 year Educational Renewal License». – Форум Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц.№1B08161103014721370444. Срок действия: от 01.12.2021 до 22.01.2024.
- **Desktop Education ALNG Lic SAPk OLV E IY Academic Edition Enterprise** (Windows).
- **WinPro10 Rus Upgrd OLP NL Acdmc** (Windows). Лицензия № 68203571.
- **OFFICE 2007 Suite**. Лицензия № 43364238.
- **Drupal**. Условия использования по ссылке: [https://www.drupal.org/project/terms\\_of\\_use](https://www.drupal.org/project/terms_of_use). Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
- **Moodle**. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.
- **Google Chrome**. Браузер. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Google\\_Chrome//](https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome//) Срок действия: бессрочно.
- **Mozilla Firefox**. Браузер. Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.
- **Opera**. Браузер. Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.
- **PDF24Creator**. Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. Условия использования по ссылке: [https://en.pdf24.org/pdf/lizenz\\_en\\_de.pdf](https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf) . Срок действия: бессрочно.

- **VLC Player.** Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.
- **BigBlueButton.** Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.
- **Sumatra PDF.** свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для платформы Windows. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra\\_PDF](https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF). Срок действия: бессрочно.
- **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия использования по ссылке: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Media\\_Player\\_Classic](https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic). Срок действия: бессрочно.
- **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.
- **Speech analyzer.** Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.

### 6.3. Технические и электронные средства:

Ноутбук, проектор, оборудование радиостудии.

## VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ:

### Оценочные средства (ОС):

#### Демонстрационный вариант контрольной работы №1

Характер: контрольный.

Форма выполнения: письменная.

Прогнозируемый уровень трудности заданий: средний.

Условия выполнения: аудиторно.

Время выполнения: 60 минут.

#### Критерии оценки:

*Отлично* – контрольная работа выполнена в полном объеме. Студент демонстрирует высокий уровень знаний, знания отличаются правильностью, полнотой, прочностью. Студент умеет самостоятельно найти способы решения поставленных задач. Речь грамотна, логична и нормативна.

*Хорошо* – студент достаточно убедителен в изложении теоретического материала, способен применить теоретические знания на практике, однако не все усваиваемые действия студент выполняет самостоятельно, опирается на образец или другую опору (схему, алгоритм). Студент владеет нормами литературного языка, его речь грамотна, логична.

*Удовлетворительно* – работа выполнена не в полном объеме, допущены ошибки в выполнении основных действий. Студент затрудняется с изложением теории, слабо владеет понятийным аппаратом, не может применять теоретические знания при выполнении практического задания. В речи встречаются ошибки, частично нарушена логика рассуждений.

*Неудовлетворительно* – студент не может применить теоретические знания на практике, в речи встречаются грубые ошибки, речь фрагментарна, нелогична.

## Содержание контрольной работы

Рассуждения в виде эссе на тему:

- Роль и значение общественного мнения в современном обществе и в системе научного знания.
- Проблема выбора методологического подхода к исследованию общественного мнения.
- Функции общественного мнения.
- Проблемы их систематизации

### Вопросы для устного опроса и собеседования

1. Общественное мнение в социокультурной системе современного общества.
  2. Общественное мнение как предмет современного научного знания.
  3. Общественное мнение как специальная теория. Ее роль и место в социологическом познании.
  4. Интерпретация понятий «проблема» и «проблемное поле» при исследовании общественного мнения.
  5. Потребности и современные проблемы изучения общественного мнения в России.
1. Сущность общественного мнения как социального явления и концептуальной категории социологии. Основные свойства и характеристики.
  2. Правомерность и соотношение двухуровневого подхода в социологическом изучении общественного мнения.
  3. Система базовых понятий и категорий социологии общественного мнения.
1. Характеристика функций общественного мнения.
  2. Традиционные подходы к их типологизации. Институциональные и неинституциональные функции.
  3. Классификация функций общественного мнения по объекту функционирования, критерию направленности и характеру влияния на социальную систему. Проблема их систематизации.
  4. Явные, латентные функции и дисфункции общественного мнения.

### Демонстрационный вариант практического задания № 1:

Время выполнения задания: 12 часов Форма организации студентов на практическом занятии: групповая Группа делится на подгруппы. Каждая подгруппа разрабатывает кампанию по управлению общественным мнением в следующих сферах (на выбор):

1. Политическая сфера, в том числе избирательная кампания
3. Социальная сфера
4. Кампания в сфере физической культуры и спорта

Для выполнения задания необходимо составить план кампании, включающий:

1. Постановку проблемы
2. Программу исследования общественного мнения по проблеме (с опросником)
3. Необходимое ресурсное обеспечение
4. Сводный план мероприятий кампании
5. Календарный план кампании
6. Медиаплан
7. Поэтапный план предполагаемых мероприятий
8. Методы оценки эффективности кампании

В качестве дополнительного задания предлагается подготовка PR-текста для мероприятия в рамках подготовленного плана мероприятий.

## Демонстрационный вариант практического задания № 2:

Аналитическое Практическое занятие

Технология измерения общественного мнения

Задание

1. Изучить основные методы изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, фокус-групп и др.).
2. Проанализировать применение новых качественных междисциплинарных и психологических методов в исследовании общественного мнения.
3. Рассмотреть применение структурного подхода как методологии определения и анализа свойств общественного мнения, основные принципы их оценки и измерения.
4. Определить свойства и показатели общественного мнения, и их анализ.
5. Разработать и применить современные комплексные методики изучения общественного мнения

### 10.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Итоговая аттестация - зачёт, предполагающий установление уровня сформированности указанных в программе компетенций.

**При проведении итогового контроля** студенту необходимо продемонстрировать наличие сформированных компетенций (минимальное требование компетенция сформирована на базовом уровне) через наличие признаков, описанных в разделе 3 данной программы.

Итоговый контроль предусматривает наличие конспектов по всем лекциям дисциплины, активное участие во всех интерактивных формах работы, выполненные задания по самостоятельной работе (СР).

#### **Критерии оценки итогового зачета:**

- уровень готовности к осуществлению основных видов профессиональной деятельности в соответствии с квалификационной характеристикой;
- уровень освоения студентом материала, предусмотренного учебной программой дисциплины;
- обоснованность, чёткость, полнота изложения представленных результатов исследования и представленного проекта;
- уровень информационной и коммуникативной культуры.

#### **Зачет студенту не выставляется, если:**

- конспекты лекций отсутствуют или представлены фрагментарно и бессистемно;
- задания по самостоятельной работе (СР) не представлены или представлены частично;
- студент не владеет терминологией, у него отсутствуют знания терминов и понятий, необходимых для освоения дисциплины или данные знания фрагментарны и бессистемны;
- студент не владеет научным стилем речи, не участвовал (был пассивен) в работе во время проведения лекционных и практических занятий.
- студент не владеет элементарными навыками проектирования личного плана действий по достижению профессиональных целей; технологиями позитивного общения; навыками выстраивания педагогически целесообразных взаимоотношений при решении конкретных педагогических задач; технологиями развития профессионально-важных качеств (ПВК) и значимых качеств будущего специалиста.

#### **«Зачтено» выставляется студенту, если:**

- конспекты лекций представлены в системе;
- студентом представлены все задания по самостоятельной работе (СР);
- студент демонстрирует знание основных терминов и понятий, необходимых для освоения дисциплины.
- студент активно участвовал во всех видах работе на лекционных и практических занятиях;
- студент владеет элементарными навыками проектирования личного плана действий по

достижению профессиональных целей; технологиями позитивного общения; навыками выстраивания педагогически целесообразных взаимоотношений при решении конкретных педагогических задач; технологиями развития профессионально-важных качеств (ПВК) и значимых качеств будущего специалиста.

#### 11.2. Оценочные средства текущего контроля.

<b>№ п\п</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции, компоненты которых контролируются</b>
<b>1.</b>	Практическая работа, опрос	<p><b>Тема 1.</b> Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике.</p> <p><b>Тема 2.</b> Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.</p> <p><b>Тема 3.</b> Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.</p> <p><b>Тема 4.</b> Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.</p> <p><b>Тема 5.</b> Теоретико-методологические основы социальных технологий. Общественное мнение как предмет научных исследований.</p> <p><b>Тема 6.</b> Формирование и технологии использования общественного мнения</p>	УК – 1, 3

#### 11.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачет).

<b>№ п\п</b>	<b>Вид контроля</b>	<b>Контролируемые темы (разделы)</b>	<b>Компетенции, компоненты которых контролируются</b>
<b>1.</b>	Практическая работа	<p><b>Тема 2.</b> Базовые социологические процессы и избирательные технологии. PR и пресса.</p> <p><b>Тема 3.</b> Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.</p> <p><b>Тема 6.</b> Формирование и технологии использования общественного мнения</p>	УК – 1,3

**Разработчик:**

  
\_\_\_\_\_

доцент

Сосновский И. З.

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №529 от 08 июня 2017 года, зарегистрированным в Минюсте России 29 июня 2017 г. №47239. Направленность (профиль) подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства».

Программа рассмотрена на заседании отделения «Высшая школа журналистики и медиапроизводства».

«11» марта 2022 г.

Протокол № 7 Рук. отделения



Гимельштейн А. В.

*Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*