

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Факультет филологии и журналистики
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета



С. С. Худяков
«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.25 Технологии управления общественным мнением

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2019

Автор программы:

Кандидат наук, Никоненко Сергей Андреевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «04» июля 2022 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	21
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	23

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Анализирует проблемы формирования общественного мнения и применяет инструменты и механизмы его формирования

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	Заочная (семестр)
		3	3
1	Теория и практика связей с общественностью	+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» изучается в 7 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 4 з.е.

Очная: 4 з.е.

Заочная: 4 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
Контактная работа	48	14
Лекции (Лекции)	16	6
Практические (Практ. раб.)	32	8
Самостоятельная работа (СР)	60	121
Экзамен	36	9

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
7 семестр								
1	Общественное мнение как предмет социологического изучения	2	-	4	-	8	12	собеседование, опрос
2	Теоретико-методол огические основы изучения и управления общественным мнением.	2	-	2	-	8	12	собеседование, опрос
3	Технологии формирования общественного мнения.	1	-	2	-	8	14	Собеседование, опрос
4	Управление общественным мнением в государственных организациях.	1	2	4	2	6	14	Тестирование
5	Управление общественным мнением в общественных организациях.	2	1	4	2	6	14	собеседование, опрос

6	Управление общественным мнением в коммерческих организациях	2	1	4	2	6	13	собеседование, опрос
7	Управление общественным мнением и работа со СМИ.	2	2	4	2	6	14	собеседование, опрос
8	Управление общественным мнением в рамках рекламных кампаний	2	-	4	-	6	14	собеседование, опрос
9	Управление общественным мнением в рамках PR-кампаний	2	-	4	-	6	14	Тестирование

Тема 1. Общественное мнение как предмет социологического изучения (ОПК-2)

Лекция.

Общественность и её мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения.

Практическое занятие.

1. История становления и развития общественного мнения в древнем мире, за границей и в России.
2. Сопоставление общественного мнения с другими науками.
3. Характеристики общественного мнения.
4. Взаимосвязь понятий «общественное мнение» и «общественное сознание».
5. Общественное мнение - совместная, заинтересованная, ценностная, оценочная практическая деятельность социальных субъектов и ее результат; специфический социальный институт.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Термин «общественное мнение» (public opinion) (Англия XVI - XVII век).

Тема 2. Теоретико-методологические основы изучения и управления общественным мнением. (ОПК-2)

Лекция.

Изучение общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как специфический социальный институт. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.

Практическое занятие.

1. Понятие, субъект и объект общественного мнения.
2. Роль социальных стереотипов в формировании общественного мнения.
3. Средства и этапы формирования общественного мнения.
4. Методология изучения общественного мнения. Общественное мнение как форма выражения социальной оценки.
5. Потребности, ценности, ориентации, установки и оценки как механизмы порождения социального интереса.

6. Функции общественного мнения, как социального института: адаптирующая; регулятивная; консультативная; контрольная; защитная; директивная; номенклатурная.
7. Стабильность общественного мнения.
8. Определяющие общественные потребности и интересы.
9. Интенсивность общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 3. Технологии формирования общественного мнения. (ОПК-2)

Лекция.

Технология формирования общественного мнения. Структура общественного мнения. Базовые характеристики общественного мнения. Виды социологического управления общественным мнением; проблемы гуманитарных технологий.

Практическое занятие.

1. Структура изменения мнения.
2. Выявление мотивационных процессов, интересов и ценностей людей.
3. Выявление факторов влияния на формирование мнение.
4. Целевая аудитория: типы, ценности и потребности. Общественное мнение, его институализация.
5. Цикл развития. Определенные действия субъектов общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание. Общественное мнение внутренняя структура и иерархическое построение

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

Тема 4. Управление общественным мнением в государственных организациях. (ОПК-2)

Лекция.

Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. PR в политике. Понятие лоббизма. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.

Практическое занятие.

1. Барьеры восприятия информации.
2. Опасные ситуации введения общественного мнения в заблуждение. Создание первичных и вторичных информационных потоков.
3. Общественное мнение как целостное коммуникативно-деятельностное образование.
4. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология.
5. Комплексность общественного мнения. Двойственность общественного мнения.
6. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею.
7. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения.
8. Технологии спиндокторинга.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Защита информации при становлении общественного мнения.
2. Государственная тайна и организация общественного мнения.
3. Согласование интересов государства и общественное мнение в обеспечении информационной безопасности.

Тема 5. Управление общественным мнением в общественных организациях. (ОПК-2)

Лекция.

Технологические подходы к познанию социальной действительности. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения. Социальные проекты и социальная реклама.

Практическое занятие.

1. Управление массовым сознанием: определение, характеристика, структура.
2. Виды стереотипов формирования общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Слухи как пример неформальной коммуникации

Тема 6. Управление общественным мнением в коммерческих организациях (ОПК-2)**Лекция.**

Маркетинговые исследования рынка. Работа с целевыми аудиториями. Формы и методы формирования общественного мнения. Бенчмаркетинг.

Практическое занятие.

1. Подходы к изучению общественного мнения.
2. Этапы становления индустрии изучения общественного мнения в США.
3. Институт Гэллапа - основной центр исследования общественного мнения в США.
4. Современные исследования общественного мнения.
5. История изучения общественного мнения в России.
6. Общественное мнение в России сегодня.
7. Теоретические и прикладные исследования общественного мнения.
8. По масштабу: международные, всероссийские, региональные, локальные, точечные исследования. Комплексные и простые исследования.
9. Долгосрочные, среднесрочные, оперативные исследования.
10. Особенности мониторинга и панельных исследований общественного мнения.
11. Оперативность и систематичность исследований.

Задания для самостоятельной работы.

1. Деятельность ВЦИОМ, ФОМ, РОМИР и других всероссийских центров изучения общественного мнения.

Тема 7. Управление общественным мнением и работа со СМИ. (ОПК-2)**Лекция.**

Виды информационных опросов посредством СМИ. Пресс-аналитика. СМИ – как инструмент информационного моделирования общественного мнения. Технологии ведения информационной войны.

Практическое занятие.

1. Установление коммуникативных связей с общественностью.
2. Основы взаимоотношений с прессой при организации общественного мнения.
3. Критерии выбора средств массовой информации.
4. Специальные мероприятия и их освещение в СМИ.
5. Роль и возможности электронных средств массовой информации в формировании общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Углубленное изучение материалов темы.
- 2 1. Место и роль общественного мнения в социокультурной системе современного общества.
- 3 2. Общественное мнение как социальный институт.

- 4 3. Центры изучения общественного мнения в России. История возникновения и специфика работы.

Тема 8. Управление общественным мнением в рамках рекламных кампаний (ОПК-2)

Лекция.

Инструменты работы с общественным мнением в рамках рекламных и маркетинговых кампаний. Формы работы с целевыми группами.

Практическое занятие.

1. Реклама как инструмент манипуляции общественным мнением.
2. Интегративный подход к определению и изучению общественного мнения.
3. Медиапланирование. Основные понятия.

Специфика взаимоотношений общественного мнения со СМИ

Задания для самостоятельной работы.

- 1 Углубленное изучение материалов темы
- 2 1. Методы изучения общественного мнения в социологии.
- 3 2. Анализ их специфики и проблемных аспектов применения в современных исследованиях.

Тема 9. Управление общественным мнением в рамках PR-кампаний (ОПК-2)

Лекция.

Инструменты работы с общественным мнением в рамках внутрифирменных коммуникаций и внешних PR-кампаний. Управление репутацией компании и формирование общественного мнения посредством в сети Интернет.

Практическое занятие.

1. Работа с журналистами в связях с общественностью.
2. Медиадосье и его составление.
3. Наиболее типичные ошибки во взаимоотношениях с журналистами.
4. Общественное мнение в условиях современного информационного общества.
5. Информационные потребности и современные проблемы изучения общественного мнения в условиях развития современного российского общества.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы

1. Жизненный цикл общественного мнения: от зарождения к отмиранию.
2. Основные условия формирования и механизмы функционирования общественного мнения.
3. Анализ потребностей, ценностей и интересов как движущих сил процесса формирования общественного мнения.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

7 семестр

- посещаемость – 20 баллов
- текущий контроль – 30 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Общественное мнение как предмет социологическ ого изучения	собеседов ание, опрос	5	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4-5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>

2.	Теоретико-методологические основы изучения и управления общественным мнением.	собеседование, опрос	5	<p>1. Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4-5 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	---

3.	Технологии формирования общественного мнения.	Собеседование, опрос	4	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4- балла– студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
4.	Управление общественным мнением в государственных организациях.	Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Тест состоит из 10 вопросов.</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>

5.	Управление общественным мнением в общественных организациях.	собеседование, опрос	4	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4- балла– студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--	----------------------	---	--

6.	Управление общественным мнением в коммерческих организациях	собеседование, опрос	4	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4- балла– студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	---	----------------------	---	--

7.	Управление общественным мнением и работа со СМИ.	собеседование, опрос	4	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4- балла– студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
----	--	----------------------	---	--

8.	Управление общественным мнением в рамках рекламных кампаний	собеседование, опрос	4	<p>1.Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.</p> <p>2.Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный.</p> <p>Основные качества устного ответа подлежащего оценке:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. <p>4- балла– студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>2-3 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
9.	Управление общественным мнением в рамках PR-кампаний	Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Тест состоит из 10 вопросов.</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает</p>
10.	Посещаемость		20	100% посещаемость

11.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины – 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 10 / 15 / 20; решение кейсов по курсу – 10 баллов за кейс.
12.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
13.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	50	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
14.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

собеседование, опрос

Тема 6. Управление общественным мнением в коммерческих организациях

Маркетинговые исследования рынка.

Работа с целевыми аудиториями.

Формы и методы формирования общественного мнения

Тестирование

Тема 4. Управление общественным мнением в государственных организациях.

1. Социологические основания теории и практики избирательных кампаний.

2. Как выстроен PR в политике?

3. Понятие лоббизма.

4. Прогнозные характеристики избирательных технологий.
5. Как соотносится PR и власть?

Тема 9. Управление общественным мнением в рамках PR-кампаний

- 1. Кто первым ввел в научный обиход термин public opinion (общественное мнение)?**
 - а. Дж. Гэллап;
 - б. Т. Гоббс;
 - в. Д. Солсбери;
 - г. Платон.
- 2. Кому принадлежит первый опыт манипулирования общественным мнением?**
 - а. Рабовладельцам;
 - б. Духовенству;
 - в. Феодалам;
 - г. Буржуазии.
- 3. Основные направления работы службы PR.**
 - а. изучение общественного мнения для успешного формирования корпоративной политики;
 - б. подготовка важнейших выступлений руководителей компании;
 - в. планирование рекламных компаний, статей и выступлений в СМИ;
 - г. Варианты а, б, в.
- 3. Международная ассоциация служб связей с общественностью (IPRA) была создана:**
 - а. в 1955г;
 - б. в 1985г;
 - в. в 1959г;
 - г. в 2000г.
- 4. Функции PR:**
 - а. изучение общественного мнения;
 - б. формирование общественного мнения;
 - в. управление общественным мнением;
 - г. все, кроме пункта 3.
- 5. Какой критерий не входит в три критерия общественного мнения (по Б. Грушину)?**
 - а. общественный интерес;
 - б. дискуссионность;
 - в. компетентность;
 - г. многозначность.
- 6. Какая функция общественного мнения является наиболее распространенной?**
 - а. директивная;
 - б. консультативная;
 - в. оценочная;
 - г. регулятивная.
- 7. Какая стадия не является составляющей динамической структуры общественного мнения?**
 - а. зарождение;
 - б. функционирование;
 - в. контролирование;
 - г. отрицание.
- 8. Сколько основных подходов к определению понятия «масса» выделил американский социолог Дж. Белл (в книге «Конец идеологии»)?**
 - а. три;
 - б. пять;

- в. семь;
- г. девять.

9. Какой элемент не включается в понятие средств массовой информации?

- а. радио;
- б. телевидение;
- в. мобильная связь;
- г. печать.

10. В задачи подразделений PR в государственных органах власти не входит:

- а. взаимодействие с представителями СМИ;
- б. информирование населения о деятельности органов власти;
- в. демонстрация и дегустация;
- г. организация «круглых столов» проведение брифингов и т.п.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ОПК-2)

1. Основные функции общественного мнения.
2. Общественное мнение как объект изучения социологии.
3. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение».
4. Социологические концепции общественного мнения
5. Предмет теории общественного мнения.
6. Структура общественного мнения.
7. Формирование общественного мнения, этапы и перспективы.
8. Методы манипулирования общественным мнением.
9. «Модель Гэллага» при проведении опроса в сфере политики
10. Использование социологических методов при проведении маркетинговых исследований потребительского поведения.
11. "Здравый смысл" в концепции общественного мнения У. Липпмана.
12. Механизмы трансформации слухов в обществе Г. Олпорта.
13. Концепция «публичности» в трудах американского социолога Г. Блумера.
14. О лидерах мнений в концепции П. Лазарсфельда.
15. Универсальная модель формирования и изменения общественного мнения Дж. Цаллера.
16. Концепция массовой коммуникации в работах Ю. Хабермаса.
17. Социально-психологический аспект в исследованиях общественного мнения Э. Ноэль-Нойман.
18. Концепции общественного мнения французского социолога А. Сови
19. Теории общественного мнения в работах отечественных исследователей.
20. Современные методы изучения общественного мнения.
21. Методы политических исследований общественного мнения.
22. Технологии управления общественным мнением.
23. Базовые социологические процессы и избирательные технологии.
24. Благотворительность и спонсорство как инструмент формирования общественного мнения.
25. Социальные проекты и социальная реклама.
26. Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе.
27. Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге.
28. Особенности проведения исследований в политическом маркетинге.
29. Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире: от пропаганды к «мягким» технологиям.
30. Бенчмаркетинг.

31. СМИ – как инструмент информационного моделирования общественного мнения.
32. Инструменты работы с общественным мнением в рамках рекламных и маркетинговых кампаний.
33. Инструменты работы с общественным мнением в рамках внутрифирменных коммуникаций и внешних PR-кампаний.
34. Управление репутацией компании и формирование общественного мнения посредством в сети Интернет.

Типовые задания для экзамена (ОПК-2)

1. Приведите примеры управления общественным мнением (социализирующие, просветительские, мобилизационные), которые преобладают в деятельности российского государства на сегодняшний день.
2. Проведите оценку позиционирования одной из политических партий, действующие на сегодняшний день. На какую целевую аудиторию они ориентированы? Каковы их сильные и слабые стороны? В чем уникальность?
3. Какой инструмент формирования общественного мнения, на Ваш взгляд, более предпочтителен в ходе кампании по раскрутки коммерческого бренда как мецената спортивного движения и здорового образа жизни.
4. Опишите, как на практике применяется «Модель Гэллага» при проведении опроса в сфере политики?
5. Проведите оценку региональных СМИ Тамбовской области как инструмента информационного моделирования общественного мнения.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-2	Студент показывает не только высокий уровень теоретических знаний по дисциплине, но и прослеживает междисциплинарные связи. Умеет увязывать знания, полученные при изучении различных дисциплин, анализировать практические ситуации, принимать соответствующие решения. Ответ, построен логично, материал излагается четко, ясно, хорошим языком, аргументировано, уместно используется информационный и иллюстративный материал (примеры из практики, таблицы, графики и т.д.). На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-2	Студент показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает некоторые погрешности. Вопросы, задаваемые преподавателем, не вызывают существенных затруднений.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания.

«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-2	Студент показывает не достаточный уровень знаний учебного и лекционного материала, не в полном объеме владеет практическими навыками, чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает не достаточно глубокие знания
--	-------	---

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Гринь, С. Н. Связи с общественностью : методическое пособие (курс лекций). - Весь срок охраны авторского права; Связи с общественностью. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 183 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86416.html>
2. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. Связи с общественностью : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 337 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451046>

6.2 Дополнительная литература:

1. Общественное мнение – 2013 : ежегодник. - Москва: Левада-Центр, 2013. - 252 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431079>
2. Беляева Е.С. Общественное мнение как фактор изменений экономических процессов : Автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. социол. наук: (22.00.03). - Курск, 2004. - 22с.
3. Ислам, Румин, Пьер-Ив, Андро, Стефано, ДеллаВинье, Мэтью, Генцкоу, Лиза, Джордж, Бамбанг, Харимурти, Итан, Каплан, Джонатан, Леви, Зиад, Маджед, Эдетаен, Оджо, Мария, Петрова, Риккардо, Пульизи, Джесс, Шапиро, Джеймс, Снайдер-мл., Джозеф, Стиглиц, Давид, Стрёмберг, Джоэл, Вальдфогель Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам. - 2021-03-26; Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 296 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/82864.html>
4. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение : Учеб. пособие для вузов. - СПб. и др.: Питер, 2003. - 352 с.
5. Аксенова, О. Н., Меликян, С. В., Швеи, Е. В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «реклама и связи с общественностью». - 2025-03-01; Теория и практика массовой информации. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017. - 104 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/72947.html>
6. Ачкасова В. А., Быков И. А., Дорский А. Ю., Дунаева Ю. Г., Побединский И. М., Руцин Д. А., Филатова О. Г., Борисова О. В., Трохинова О. И., Кузьмин А. Е., Журавлева Н. Н., Гладченко И. А., Гульятеева В. Ю. Связи с общественностью в органах власти : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/455586>

6.3 Иные источники:

1. «Социологические исследования» - www.socis.isras.ru
2. Библиотека научной и учебной литературы - <http://sbiblio.com>
3. Каталог образовательных ресурсов сети Интернет - www.catalog.iot.ru
4. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) - www.wciom.ru
6. Официальный сайт экономической экспертной группы при Правительстве РФ - www.eeg.ru
7. Официальный сайт Фонда общественного мнения - www.fom.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» . – URL: <http://www.biblioclub.ru>
3. Журнал «Социологические исследования». – URL: <http://socis.isras.ru>
4. «Социологический журнал» ФНИСЦ РАН - электронная версия. – URL: <https://www.jour.fnisc.ru/index.php/socjour>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.