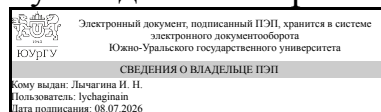


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



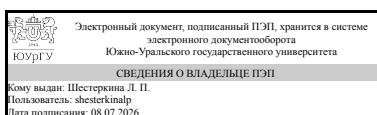
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.12 Технологии управления общественным мнением
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

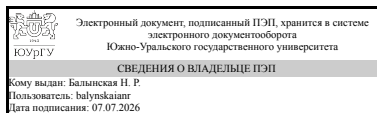
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
д.полит.н., доц., профессор



Н. Р. Бальнская

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - ознакомление с основными технологиями, способами и «конструктами» управления общественным мнением, учитывая интересы различных социальных общностей. Задачи дисциплины: 1. Сформировать знания о структуре, свойствах, основных функциях общественного мнения; 2. Освоить основные методы изучения общественного мнения; 3. Рассмотреть основные способы и технологии формирования общественного мнения современными СМК и СМИ; 4. Сформировать необходимые знания для умения распознавания основных целей, приемов и способов манипулирования общественным мнением. 5. Сформировать навыки определения интересов различных социальных общностей.

Краткое содержание дисциплины

Курс "Технологии управления общественным мнением" является одной из ключевых дисциплин в подготовке бакалавров по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью". Он нацелен на изучение состояния и динамики общественного мнения, а также его природы в различных сферах функционирования общественного сознания. Курс охватывает историю возникновения понятия "общественное мнение", механизмы его формирования и функционирования, а также роль публичных отношений (PR) как технологии управления общественным мнением. Важной частью курса является изучение имиджмейкинга, который играет ключевую роль в PR, особенно в политической сфере. Практическая направленность заключается в проработке вопросов, касающихся отличий между PR и рекламой, а также функций, которые выполняет управление общественными отношениями. Таким образом, курс предоставляет студентам необходимые знания и навыки для эффективного управления общественным мнением в различных контекстах, что делает его актуальным и востребованным в современных условиях.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 ПКО-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Знает: стратегического маркетингового анализа и планирования Умеет: разрабатывать стратегии и тактику коммуникационных кампаний, направленных на формирование положительного образа организации Имеет практический опыт: мониторинга и оценки эффективности коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	Знает: методы сбора и анализа данных, позволяющие оценить состояние общественного мнения, современные инструменты и технологии PR и рекламы, используемые для влияния на общественное мнение. Умеет: формировать диалог с аудиторией на основе принципов открытости и доверия, учитывать обратную связь и адаптироваться к

	изменениям общественных настроений. Имеет практический опыт: формулирования четких и понятных сообщений, ориентированных на целевую аудиторию; мониторинга и оценки эффективности коммуникаций.
--	--

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.07 Имиджелогия, 1.Ф.08 Корпоративная культура, 1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.07 Имиджелогия	Знает: Теорию и практику имиджмейкинга, основные принципы построения профессионального образа и самопрезентации, этические и моральные принципы эффективных межличностных и массовых коммуникаций., Основные принципы построения имиджа компании (и др.объектов коммерческой и социально-общественной деятельности). Умеет: Формировать свой профессиональный образ с применением технологий имиджирования, выстраивать коммуникации на основе приемов аттракции, эмпатии, открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности, Формировать образ компании и продвигать по средствам массовых коммуникаций, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: Управления технологиями имиджмейкинга, самопрезентации и применяет их в профессиональных межличностных, корпоративных и массовых коммуникациях. , В области построения имиджа организации и др.объектов (территории, личность) и его продвижения на разномасштабном уровне.
1.Ф.08 Корпоративная культура	Знает: Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности., Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации. Умеет: Оптимально распределять полномочия в

	коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям, Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации. Имеет практический опыт: Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности.
1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Знает: Особенности организации и управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью; их роль в разработке коммуникативной политики компании (организации) на основе корпоративной социальной ответственности Умеет: "- Анализировать основные проблемы работы отделов рекламы и связей с общественностью различных структур;- оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая реализацию поставленных целей на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности" Имеет практический опыт: Командной работы в процессе реализации профессиональной деятельности; опыт оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 8,25 ч. контактной работы с применением дистанционных образовательных технологий

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	4	4
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	63,75	63,75
Конспектирование	63,75	63.75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общественное мнение как специфический социальный институт	2	0	2	0
2	Виды и формы массовой коммуникации	2	0	2	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Сущность и основные характеристики общественного мнения	2
2	2	Понятие и сущность массовой коммуникации	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Конспектирование	Пелленен Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации : монография / Л. В. Пелленен. - Челябинск : Цицеро, 2013. - 139 с. Стр.5-15. Удалить 3 Проблематика СМИ : информационная повестка дня : учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" / Г. С. Вычуб и др. ; под ред. М. В. Шкондина и др.. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 315, [1] с. Стр.5-15.	8	63,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№	Се-	Вид	Название	Вес	Макс.	Порядок начисления баллов	Учи-
---	-----	-----	----------	-----	-------	---------------------------	------

КМ	местр	контроля	контрольного мероприятия		балл		тыва- ется в ПА
1	8	Текущий контроль	Контрольная работа	2	5	5 («Отлично»): безупречное выполнение задания, материал усвоен полностью, работа выполнена без ошибок, либо достигнут наилучший результат. 4 («Хорошо»): хороший результат, но есть мелкие недочеты, задание выполнено, знания присутствуют, но допущены незначительные неточности. 3 («Удовлетворительно»): базовый уровень, материал понят лишь частично, присутствуют пробелы, цель достигнута минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата, невыполнение базовых требований.	зачет
2	8	Текущий контроль	Контрольная работа	1	2	5 («Отлично»): безупречное выполнение задания, материал усвоен полностью, работа выполнена без ошибок, либо достигнут наилучший результат. 4 («Хорошо»): хороший результат, но есть мелкие недочеты, задание выполнено, знания присутствуют, но допущены незначительные неточности. 3 («Удовлетворительно»): базовый уровень, материал понят лишь частично, присутствуют пробелы, цель достигнута минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата, невыполнение базовых требований.	зачет
3	8	Текущий контроль	Проверочная работа	1	5	5 («Отлично»): безупречное выполнение задания, материал усвоен полностью, работа выполнена без ошибок, либо достигнут наилучший результат. 4 («Хорошо»): хороший результат, но есть мелкие недочеты, задание выполнено, знания присутствуют, но допущены незначительные неточности. 3 («Удовлетворительно»): базовый уровень, материал понят лишь частично, присутствуют пробелы, цель достигнута минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата,	зачет

						невыполнение базовых требований.	
4	8	Текущий контроль	Контрольная работа	1	5	5 («Отлично»): безупречное выполнение задания, материал усвоен полностью, работа выполнена без ошибок, либо достигнут наилучший результат. 4 («Хорошо»): хороший результат, но есть мелкие недочеты, задание выполнено, знания присутствуют, но допущены незначительные неточности. 3 («Удовлетворительно»): базовый уровень, материал понят лишь частично, присутствуют пробелы, цель достигнута минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата, невыполнение базовых требований.	зачет
5	8	Промежуточная аттестация	зачет	-	5	5 («Отлично»): безупречное выполнение задания, материал усвоен полностью, работа выполнена без ошибок, либо достигнут наилучший результат. 4 («Хорошо»): хороший результат, но есть мелкие недочеты, задание выполнено, знания присутствуют, но допущены незначительные неточности. 3 («Удовлетворительно»): базовый уровень, материал понят лишь частично, присутствуют пробелы, цель достигнута минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата, невыполнение базовых требований.	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Процедура проведения зачета: в назначенное время студент является в указанную аудиторию и предъявляет преподавателю зачетную книжку; преподаватель выдает задание – вопрос по содержанию курса из размещенного на ресурсе «Электронный ЮУрГУ» списка; студент отвечает на вопрос письменно в течение 30 минут; преподаватель проверяет работу, указывает на допущенные ошибки, при необходимости задает дополнительные вопросы; по результатам собеседования при достаточном количестве	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: стратегического маркетингового анализа и планирования	++	++	++	++	++
ПК-1	Умеет: разрабатывать стратегии и тактику коммуникационных кампаний, направленных на формирование положительного образа организации	++	++	++	++	++
ПК-1	Имеет практический опыт: мониторинга и оценки эффективности коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	++	++	++	++	++
ПК-5	Знает: методы сбора и анализа данных, позволяющие оценить состояние общественного мнения, современные инструменты и технологии PR и рекламы, используемые для влияния на общественное мнение.	++	++	++	++	++
ПК-5	Умеет: формировать диалог с аудиторией на основе принципов открытости и доверия, учитывать обратную связь и адаптироваться к изменениям общественных настроений.	++	++	++	++	++
ПК-5	Имеет практический опыт: формулирования четких и понятных сообщений, ориентированных на целевую аудиторию; мониторинга и оценки эффективности коммуникаций.	++	++	++	++	++

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Шестеркина Л. П. Фактчекинг и верификация : учеб. пособие по направлению 42.03.02 и 42.04.02 "журналистика" / Л. П. Шестеркина, А. В. Красавина, Е. М. Хакимова ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Ин-т медиа и социал. - гуманитар. наук ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2021. - 63, [1] с. : ил.. URL: http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000571196
2. Проблематика СМИ : информационная повестка дня : учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" / Г. С. Вычуб и др. ; под ред. М. В. Шкондина и др.. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 315, [1] с.
3. Галкин С. И. Техника и технология СМИ : Художественное конструирование газеты и журнала : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / С. И. Галкин. - М. : Аспект Пресс, 2008. - 213, [2] с. : ил.; 8 л. ил.
4. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : учеб. пособие для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" / М. В. Блинова и др.; отв. ред. Е. Л. Вартанова. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М. : Аспект Пресс, 2013. - 462, [2] с. : табл.
5. Павликова М. Сетевые технологии и журналистика: Эволюция финских СМИ / М. Павликова. - М. : РИП-холдинг, 2001. - 99 с.

б) дополнительная литература:

1. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ : учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп.. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 295, [1] с. : ил.
2. Пелленен Л. В. Взаимодействие со СМИ как PR-технология в системе массовой коммуникации : монография / Л. В. Пелленен. - Челябинск : Цицеро, 2013. - 139 с. : ил.
3. Шестеркина Л. П. Университетская модель конвергенции СМИ : метод. указания для преподавателей и студентов фак. журналистики / Л. П. Шестеркина ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Средства массовой информации ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательство ЮУрГУ, 2010. - 34 с.
4. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 252, [2] с. : ил., табл.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:
Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ: учебно-методическое пособие для бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» /составитель О.В. Шиняева. - Ульяновск: УлГТУ, 2023.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ: учебно-методическое пособие для бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» /составитель О.В. Шиняева. - Ульяновск: УлГТУ, 2023.

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных rolpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	410(1)	1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2.

		Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Самостоятельная работа студента	410 (1)	1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета) – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	К1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Зачет	454 (1)	1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Колонки – 2 шт.