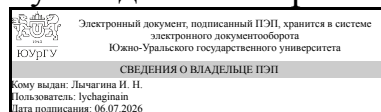


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



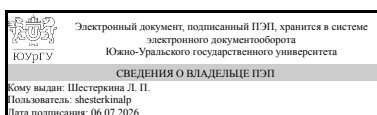
И. Н. Лычагина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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

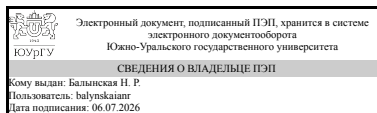
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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 релейшнз (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: механизмы формирования общественного мнения; технологии PR и рекламы, используемые для влияния на общественное мнение 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.08 Корпоративная культура	1.Ф.07 Имиджология, 1.Ф.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

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

Дисциплина	Требования
1.Ф.08 Корпоративная культура	Знает: Основы командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации., Методы организации профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности. Умеет: Определять тип корпоративной культуры и использовать средства оптимизации её элементов в организации., Оптимально распределять полномочия в коллективе, обеспечивая адаптацию персонала к условиям работы корпорации и поставленным целям Имеет практический опыт: Участия в подготовке коммуникационных проектов и проведении мероприятий с целью формирования и развития корпоративной идентичности., Командной деятельности в ходе подготовки рекламных и PR-проектов с учетом возможностей, интересов, способностей, навыков участников, способствуя их консолидации и самореализации.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
--------------------	-------------	------------------------------------

		Номер семестра
		6
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Конспектирование	35,75	35,75
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	4	2	2	0
2	Виды и формы массовой коммуникации	4	2	2	0
3	Методы изучения общественного мнения	8	4	4	0
4	СМИ как основной выразитель общественного мнения	4	2	2	0
5	Технологии управления мнением целевой аудитории	4	2	2	0
6	PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Социальная общность и ее характерные черты	2
2	2	Теории массовой коммуникации	2
3	3	Сущность и основные подходы к социальным исследованиям	2
4	3	Дизайн исследования	2
5	4	СМИ на российском медиарынке	2
6	5	Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения	2
7	6	Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением	2
8	6	Управление электоральными процессами	2

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
3	3	Методика исследования общественного мнения по плану Дж. Гэллапа	2

4	3	Этапы и содержание проведения исследований общественного мнения	2
5	4	СМИ в России как ключевой институт и главное «зеркало» настроений общества	2
6	5	Информирование, повестка дня, формирование оценочных суждений и политического поведения аудитории	2
7	6	Обратная связь и технологии манипуляции общественным мнением	2
8	6	Политический маркетинг как современный инструмент управления общественным мнением в электоральном процессе	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.	6	35,75

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)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	6	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,	зачет

						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.	
2	6	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	6	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, невыполнение базовых требований.	зачет
4	6	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	зачет

						минимально. 2 («Неудовлетворительно»): низкий результат, грубые ошибки, отсутствие понимания темы или крайне низкое качество работы. 1 («Плохо»): полное отсутствие результата, невыполнение базовых требований.	
5	6	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 баллов в зачетную книжку ставится зачет.	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: механизмы формирования общественного мнения; технологии PR и рекламы, используемые для влияния на общественное мнение	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: разрабатывать стратегии и тактику коммуникационных кампаний, направленных на формирование положительного образа организации	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: мониторинга и оценки эффективности	+	+	+	+	+

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 polpred (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
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. Парты 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.
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.