

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Манипулирование в молодежной среде БЗ.В.17

Направление подготовки: 040700.62 - Организация работы с молодежью

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитин А.А.

Рецензент(ы):

Бурганова Лариса Адгасовна

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2013

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) ассистент, к.н. Никитин А.А. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук , Aleksej.Nikitin@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью курса "Манипулирование в молодежной среде" является освоение студентами основных теоретических и практических аспектов использования технологий управления общественным мнением в молодежной среде.

В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить современные теоретические концептуальные представления о сущности управления общественным мнением, основные методы и приемы, используемые в практике управления общественным мнением, а также овладеть современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний в молодежной среде.

Задачи курса.

В процессе изучения курса студенты должны овладеть как теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями, обеспечивающими понимание процессов, связанных с управлением общественным мнением, так и умением применять полученные знания в ходе практической деятельности.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.17 Профессиональный" основной образовательной программы 040700.62 Организация работы с молодежью и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.17 Профессиональный цикл" основной образовательной программы 040700.62 Организация работы с молодежью и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	проективные компетенции (умение организовывать и планировать работу с молодыми людьми в молодежных сообществах по месту жительства, учебы, работы, отдыха, временного пребывания молодежи; способность выявлять проблемы в молодежной среде и выработать их организационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи; умение организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными СМИ; способность участвовать в организации деятельности детских и молодежных общественных организаций и объединений; готовность участвовать в организации гражданско-патриотического воспитания молодежи; владеть навыками содействия деятельности спортивно-оздоровительных организаций молодежи; владение навыками организации досуговой деятельности)

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-4 (профессиональные компетенции)	управленческие компетенции (способность участвовать в развитии проектно-аналитической и экспертно-консультационной деятельности в молодежной среде; способность участвовать в разработке и внедрении проектов и программ по проблемам детей, подростков и молодежи; поддержка актуальных и востребованных инициатив в молодежной среде; способность использовать на практике методы социальной педагогики)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- сущность и основные элементы содержания понятия "общественное мнение";
- задачи формирования общественного мнения;
- основные способы управления общественным мнением;
- нормативно-правовые, организационно-технологические, и социально-политические компоненты процесса управления общественным мнением;
- роль различных социальных акторов в процессе управления общественным мнением.

2. должен уметь:

- правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития общественного мнения;
- разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;

3. должен владеть:

Методологией и основными навыками анализа формирования и функционирования механизма общественного мнения, сущности и особенностей манипулятивных технологий в молодежной среде.

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 5 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт.	5	1	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	5	2-3	4	4	0	устный опрос дискуссия
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения.	5	4-5	4	4	0	устный опрос творческое задание
4.	Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения.	5	6	2	2	0	устный опрос творческое задание
5.	Тема 5. Технологии управления и манипулирования общественным мнением в молодежной среде.	5	7-9	6	6	0	устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Потребности, ценности, ориентации, установки и оценки как механизмы порождения социального интереса. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология. Комплексность общественного мнения. Двойственность общественного мнения. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Общественное мнение как форма выражения социальной оценки

практическое занятие (2 часа(ов)):

Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Потребности, ценности, ориентации, установки и оценки как механизмы порождения социального интереса. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология. Комплексность общественного мнения. Двойственность общественного мнения. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Общественное мнение как форма выражения социальной оценки

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Понятие и сущность массовой коммуникации. Теория массовой коммуникации (Х.Ортега-и-Гассет, Г.Лебон, Г.Маклюэн). Модели массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход (Вильям Гэмсона, Элизабет Ноэль-Нойман) и медиа-ориентированный подход (Герберт Маршал Маклюэн) к массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Понятие и сущность массовой коммуникации. Теория массовой коммуникации (Х.Ортега-и-Гассет, Г.Лебон, Г.Маклюэн). Модели массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход (Вильям Гэмсона, Элизабет Ноэль-Нойман) и медиа-ориентированный подход (Герберт Маршал Маклюэн) к массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации.

Тема 3. Методы изучения общественного мнения.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Методология изучения общественного мнения. Принципы изучения общественного мнения. Программа исследования общественного мнения. Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения. Особенности применения наблюдения и анализа документов как методов диагностики общественного мнения. Массовый опрос. Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения. Контент-анализ при изучении общественного мнения. Фокус-группа при исследовании общественного мнения. Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Методология изучения общественного мнения. Принципы изучения общественного мнения. Программа исследования общественного мнения. Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения. Особенности применения наблюдения и анализа документов как методов диагностики общественного мнения. Массовый опрос. Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения. Контент-анализ при изучении общественного мнения. Фокус-группа при исследовании общественного мнения. Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.

Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие средств массовой информации. История развития СМИ. Виды СМИ: традиционные и нетрадиционные СМИ. Классификация СМИ. Свобода слова и общественное мнение. Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью. Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации. Критерии выбора средств массовой информации. Роль и возможности электронных средств массовой информации в формировании общественного мнения. Основные СМИ на российском медиарынке.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Понятие средств массовой информации. История развития СМИ. Виды СМИ: традиционные и нетрадиционные СМИ. Классификация СМИ. Свобода слова и общественное мнение. Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью. Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации. Критерии выбора средств массовой информации. Роль и возможности электронных средств массовой информации в формировании общественного мнения. Основные СМИ на российском медиарынке.

Тема 5. Технологии управления и манипулирования общественным мнением в молодежной среде.

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание. Модульные и процедурные технологии управления общественным мнением. Массово-коммуникативное внушение. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения. Построение эффективной коммуникации. Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования. Агитация, пропаганда и контрпропаганда. Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения. Специальные мероприятия и их освещение в СМИ. Виды и организация технологий благотворительной деятельности. Имидж политических, финансовых, государственных и других организаций в системе общественного мнения. Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание. Модульные и процедурные технологии управления общественным мнением. Массово-коммуникативное внушение. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения. Построение эффективной коммуникации. Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования. Агитация, пропаганда и контрпропаганда. Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения. Специальные мероприятия и их освещение в СМИ. Виды и организация технологий благотворительной деятельности. Имидж политических, финансовых, государственных и других организаций в системе общественного мнения. Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт.	5	1	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	5	2-3		4	дискуссия
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения.	5	4-5	подготовка к творческому экзамену	4	творческое задание
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения.	5	6	подготовка к творческому экзамену	2	творческое задание
				подготовка к устному опросу	2	устный опрос
5.	Тема 5. Технологии управления и манипулирования общественным мнением в молодежной среде.	5	7-9	подготовка к устному опросу	12	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Освоение дисциплины "Технологии управления общественным мнением" предполагает использование как традиционных (информационные и проблемные лекции, семинарские занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения.
2. Объект и субъект общественного мнения.
3. Общественное мнение в структуре общественного сознания.
4. Основные этапы развития изучения общественного мнения.

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

дискуссия , примерные вопросы:

1. Понятие массовой коммуникации
2. Виды и формы массовой коммуникации
3. На основе анализа подготовить таблицу с перечислением отличительных черт массовой коммуникации.
4. На конкретных примерах объяснить разницу между человеко- и медиа-ориентированным подходом.
5. Подготовить таблицу аудитории массовой коммуникации с разделением по сферам социального бытия (массовая коммуникация в политической, социальной, экономической, правовой, культурной сферах).

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие массовой коммуникации
2. Виды и формы массовой коммуникации
3. На основе анализа подготовить таблицу с перечислением отличительных черт массовой коммуникации.
4. На конкретных примерах объяснить разницу между человеко- и медиа-ориентированным подходом.
5. Подготовить таблицу аудитории массовой коммуникации с разделением по сферам социального бытия (массовая коммуникация в политической, социальной, экономической, правовой, культурной сферах).

Тема 3. Методы изучения общественного мнения.

творческое задание , примерные вопросы:

1. Представить в таблице особенности, достоинства и недостатки методов изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус групп, углубленного интервью и др.)
2. Написать программу проведения фокус групп: поставить цель, обосновать необходимое число групп и правила формирования групп, подготовить отборочный опросный лист.
3. Провести количественный контент-анализ периодических печатных изданий и сети интернет по существующей социальной проблеме.
4. На основе отобранного материала провести качественный контент-анализ по существующей социальной проблеме.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Методологии и принципы изучения общественного мнения.
2. Основные приемы и методы изучения общественного мнения.
3. Процедура контент-анализа в изучении общественного мнения.
4. Обработка результатов исследования общественного мнения.

Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения.

творческое задание , примерные вопросы:

1. Представить в таблице классификацию СМИ с конкретными примерами. Определить особенности каждого вида СМИ (пресса, телевидение, радио и т.п.). 2. Сравнить структуру печатных и электронных СМИ. Выявить особенности и преимущества одного вида СМИ перед другим (разделить на плюсы и минусы). 3. Выбрать 2 печатных издания и сравнить их способы подачи информации. 4. Групповое задание. Необходимо разделиться на 3-4 группы. Выбрать периодическое печатное издание (газета), периодическое печатное издание (журнал), общественно-информационный телевизионный канал, общественно-развлекательный телевизионный канал, информационно-аналитический интернет сайт, общественно-информационное радио и сравнить виды информации и способы подачи информации в зависимости от: 1) вида СМИ, 2) типа СМИ, 3) принадлежности СМИ той или иной структуре.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие и функции СМИ. Классификации СМИ. 2. Развитие СМИ и современный российский медиарынок.

Тема 5. Технологии управления и манипулирования общественным мнением в молодежной среде.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Модульные технологии управления общественным мнением. 2. Процедурные технологии управления общественным мнением. 3. Значение процедуры фасилитации в процессе планирования кампаний по управлению общественным мнением 4. ?Тема кампании? и ее значение в планировании кампаний. 5. Реклама, пропаганда и PR как базовые инструменты формирования общественного мнения. 6. Манипуляция общественным сознанием. 7. Специальные мероприятия в управлении общественным мнением. 8. Имидж субъектов информационного процесса в системе общественного мнения. Задание на подготовку проекта: 1. Определить базисные темы кампании по управлению общественным мнением методом мозгового штурма. 2. Подготовить стратегический план кампании по управлению общественным мнением посредством процедуры фасилитации. 3. Выявить значимую социально-политическую проблему. 4. Определить общественное мнение по значимой социально-политической проблеме. 5. Составить комплексную план-программу по управлению общественным мнением по значимой социально-политической проблеме.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Вопросы к экзамену:

1. Сущность и принципы связей с общественностью.
2. Правовое обеспечение выборов.
3. Управление связями с общественностью на предприятии (организации).
4. Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
5. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью.
6. Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
7. Презентации, их цели и особенности проведения.
8. Направления благотворительной деятельности.
9. Конференции, их виды и правила подготовки.
10. Методика выбора СМИ для освещения деятельности организации.
11. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению.
12. Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых. предпринимателей.
13. Роль и возможности электронных средств массовой информации при осуществлении связей с общественностью.
14. Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.

15. Необходимость защиты конфиденциальной информации при установлении связей с общественностью.
16. Профилактика возникновения кризисных ситуаций при установлении связей с общественностью.
17. Ответственность за нарушение правил защиты конфиденциальной информации, ее незаконное получение и использование.
18. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
19. Правила общения с избирателями.
20. Перспективы развития практики PR.
21. Особенности применения "черного PR" в управлении общественным мнением.
22. Структура общественного мнения.
23. Специфика PR в предвыборной кампании.
24. PR как профессия.
25. Предвыборная работа с электоратом.
26. Использование общественного мнения в связях с общественностью.
27. Современные способы цензуры.
28. Закономерности функционирования общественного мнения.
29. PR в органах власти.
30. Проблемы и методы изучения общественного мнения.
31. Работа специалиста по PR с чиновниками.
32. Предмет теории общественного мнения.
33. Пресс-служба в органах власти.
34. Функции общественного мнения.
35. Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
36. Службы PR, консультации и агентства PR.

7.1. Основная литература:

- Волков Е.Н. Психология массовых коммуникаций.- СПб.: Прайм-Еврознак, 2001.
- Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита - М.: ЧеРо: Юрайт, 2000.
- Зарайский Д.А. Управление чужим поведением: Технология личного психологического влияния.- Дубна: Феникс, 1997.
- Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. - СПб.: Питер, 2001.
- Кабаченко Т. С. Методы психологического воздействия. - М.: Пед. общество России, 2000.
- Майерс Д. Социальная психология: [пер. с англ.] / Дэвид Майерс.?7-е изд..?СПб. [и др.]: Питер, 2005.
- Психология влияния/ Хрестоматия [Сост. А. В. Морозов].- СПб.; М.; Харьков; Минск: Питер, 2001.
- Семечкин Н.И. Психология социального влияния. - СПб.: Речь, 2004. (серия "Психологический практикум")

7.2. Дополнительная литература:

1. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров / Public Relations for Managers/ И.В. Алешина - М.: Экмос, 2003.
2. Блэк С. PR: международная практика /Пер. С англ. / С. Блэк - М., 1997.
3. Блэк С. Введение в Паблик рилейшнз / С. Блэк - Ростов-на-Дону: Феникс, 1998.

4. Богомолова Н.Н. Контент-анализ: спецпрактикум по социальной психологии / Н.Н. Богомолова, Т.Г. Стефаненко - М., 2002.
5. Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр./Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко./ ? М.: Socio-Logos, 1993.
6. Бусленко Н.И. Правовые основы журналистики: Словарь-справочник / Н.И. Бусленко - М., 2006.
7. Горьков В.М. Связи с общественностью в органах государственной власти / В.М. Горьков, В.С. Комаровский - М., 1996
8. Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR / М.В. Гундарин - СПб.: Питер, 2007.
9. Гундарин М.В. Теория и практика связей с общественностью: основы медиарилейшнз / М.В. Гундарин - М.: Форум-Инфра-М, 2007.
10. Дятченко Л.Я. Социальные технологии в управлении общественными процессами. - Белгород: Центр соц. технологий, 1993.
11. Закон РФ "О средствах массовой информации" от 27.12.91 N 2124-1
12. Комментарий к Закону РФ о СМИ / Под ред. В.Н. Монахова - М., 2001.
13. Коммуникационный менеджмент / Под ред. проф. Шепеля. - М.: Гардарики, 2004.
14. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие для высшей школы / Под общ. Ред. С.Д.Резника.- М.: Академический Проект, 2003.
15. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ) // "Российская газета", N 7, 21.01.2009
16. Королько В.Г. Основы публик рилейшнз / В.Г. Королько - Рефл-бук. Ваклер, 2000
17. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд. / А.Д. Кривоносов - СПб., 2002.
18. Липпман У. Общественное мнение. - М.: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004.
19. Мангейм Дж.Б., Рич Р.К. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. / Предисловие А.К. Соколова. М.: Весь Мир, 2007.
20. Матушевский Р.Г. Правовые основы СМИ и журналистики / Р.Г. Матушевский - М., 2006.
21. Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: Учебное пособие / Т.В. Науменко - СПб.: Питер, 2005.
22. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. - М., Прогресс-Академия, 1996.
23. Ольшанский Д. Политический PR / Д.В. Ольшанский - СПб.: Питер, 2003.
24. Поцепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. - М.: Центр, 1998.
25. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов - М., Рефл-бук, К.: Ваклер, 2005.
26. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. - М.: "Рефл-бук", К.: "Вакслер", 2001.
27. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики / А.Г. Рихтер - М., 2002.
28. Рой О. Исследования социально-экономических и политических процессов / О. Рой - СПб: Питер, 2004.
29. Сайтл Ф.П. Современные паблик рилейшнз: Пер. с англ. - 8-е изд. / Ф.П. Сайтл - М.: Имидж-Консалтинг, Инфра-М., 2002.
30. Связи с общественностью в политике и государственном управлении. / Под общей ред. проф. В.С. Комаровского. - М.: РАГС, 2001
31. Связи с общественностью в России. Законодательное регулирование, нормативные документы, практика. / Сост. и науч. Ред. Большева С.А.- Екатеринбург, 1998.
32. Смирнова О.В. Основные источники информации в сети Internet / О.В. Смирнова - М., 1999.
33. Татарина Г.Н. Теория и практика связей с общественностью. Методические указания / Г.Н. Татарина - ОмГТУ, 2004

34. Татарина Г.Н. Управление общественными отношениями. Учебник для вузов. Рекомендовано Советом УМО вузов России / Г.Н. Татарина - СПб.: Питер, 2004.
35. Хеллевик О. Социологический метод / О. Хеллевик - М.: Весь мир, 2002.
36. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: теория и практика: учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Дело, 2010.
37. Шереги Ф.Э. Основы прикладной социологии / Ф.Г. Шереги, М.К. Горшкова - М.: Интерпракс, 2006.
38. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов - М., 2000

7.3. Интернет-ресурсы:

Международный институт стратегических исследований Vector. - <http://www.iisr.ru>
Наука о рекламе [электронный ресурс]. - <http://www.advertology.ru>
Портал ?Гуманитарное образование?.. - <http://www.humanities.edu.ru/>
Профессиональный PR-портал ?Sovetnik.ru? - <http://sovetnik.ru/>
Рекламное измерение [электронный ресурс]. - <http://www.triz-ri.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Манипулирование в молодежной среде" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 040700.62 "Организация работы с молодежью" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Никитин А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Бурганова Лариса Адгасовна _____

"__" _____ 201__ г.