

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

Технологии управления общественным мнением М2.ДВ.2

Направление подготовки: 031600.68 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Геобрендинг

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитин А.А.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В.

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
2014

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 "Технологии управления общественным мнением" является освоение студентами основных теоретических и практических аспектов использования технологий управления общественным мнением.

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.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " М2.ДВ.2 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.68 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 1 курсе, 2 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел "М2.ДВ2 Профессиональный цикл, относится к дисциплине по выбору". Осваивается на первом курсе (1 семестр).

Для изучения курса необходимы базовые знания, полученные, в ходе обучения по гуманитарным специальностям и программам бакалавриата или специалитета по направлениям "Социология", "Политология", "Реклама и связи с общественностью". На курс "Технологии управления общественным мнением" могут в той или иной степени опираться различные дисциплины социально-гуманитарной направленности, а также курсы, ориентированные на изучение практических аспектов в области связей с общественностью или конкретных наук по соответствующему профилю в подготовке магистра.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-1 (общекультурные компетенции)	способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-14 (профессиональные компетенции)	способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-2 (профессиональные компетенции)	способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

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;
- применять полученные знания в практической деятельности управления социально-политическими процессами, осуществлять информационные и пропагандистские кампании и мероприятия.

3. должен владеть:

- Навыкам работы в команде
- Управленческими навыками
- Навыками исследовательской деятельности
- Навыками аналитической деятельности
- Навыками творческой деятельности

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 во 2 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	
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	2	1-3	0	6	0	устный опрос дискуссия
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	2	4-6	0	6	0	дискуссия устный опрос
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения	2	7-10	0	8	0	дискуссия устный опрос
4.	Тема 4. Технологии управления общественным	2	11-17	0	8	0	коллоквиум устный опрос дискуссия

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт
практическое занятие (6 часа(ов)):
 Экзамен
 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

практическое занятие (6 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

практическое занятие (8 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. Технологии управления общественным мнением

практическое занятие (8 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	2	1-3		4	дискуссия
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	2	4-6		6	дискуссия
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения	2	7-10		6	дискуссия
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Технологии управления общественным мнением	2	11-17		6	дискуссия
				подготовка к коллоквиуму	4	коллоквиум
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос
Итого					44	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными формами работы студентов являются: семинарские занятия, которые закрепляются в ходе научно-исследовательской практики магистров.

Виды контроля: текущий (устный опрос, контрольные работы, дискуссии), итоговый (в форме экзамена).

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

дискуссия , примерные вопросы:

Дискуссия на тему: 1. Дать характеристику основным уровням общественного мнения: теоретическому; обыденному; общественной психологии; идеологии. 2. Обосновать проблемы формирования общественного мнения на современном этапе развития общества (на примере России и др. стран).

устный опрос , примерные вопросы:

1. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. 2. Общественное мнение в структуре общественного сознания.

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

дискуссия , примерные вопросы:

Дискуссия на тему: 1. Перечислите отличительные черты массовой коммуникации. 2. На конкретных примерах объяснить разницу между человеко- и медиа-ориентированным подходом.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Понятие массовой коммуникации 2. Виды и формы массовой коммуникации

Тема 3. Методы изучения общественного мнения

дискуссия , примерные вопросы:

Практическое занятие: 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.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Методологии и принципы изучения общественного мнения. 2. Основные приемы и методы изучения общественного мнения.

Тема 4. Технологии управления общественным мнением

дискуссия , примерные вопросы:

Практическое занятие 1. Определить базисные темы кампании по управлению общественным мнением методом мозгового штурма. 2. Выявить значимую социально-политическую проблему. 3. Определить общественное мнение по значимой социально-политической проблеме. 4. Составить комплексную план-программу по управлению общественным мнением по значимой социально-политической проблеме.

коллоквиум , примерные вопросы:

1. Модульные технологии управления общественным мнением. 2. Процедурные технологии управления общественным мнением. 3. Реклама, пропаганда и PR как базовые инструменты формирования общественного мнения. 4. Манипуляция общественным сознанием. 5. Специальные мероприятия в управлении общественным мнением. 6. Имидж субъектов информационного процесса в системе общественного мнения.

устный опрос , примерные вопросы:

1. Модульные технологии управления общественным мнением. 2. Процедурные технологии управления общественным мнением. 3. Реклама, пропаганда и PR как базовые инструменты формирования общественного мнения. 4. Манипуляция общественным сознанием. 5. Специальные мероприятия в управлении общественным мнением. 6. Имидж субъектов информационного процесса в системе общественного мнения.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Общественное мнение как процесс социокультурной коммуникации
2. Соотношение знаний и мнений в социальной коммуникации
3. Коммуникативная природа и коммуникативные условия общественного мнения
4. Участники общественного мнения: социальные роли и позиции

5. Подход к массовой коммуникации Вильяма Гэмсона.
6. Сущность "спирали молчания" Элизабет Ноэль-Ноймана.
7. Значение медиа-ориентированного подхода Маршала Маклюэна.
8. Современное состояние исследований общественного мнения. Новые подходы к его анализу и прогнозированию.
9. Социокультурные различия, научные традиции и стили исследования общественного мнения в России и других странах.
10. Организация мониторинга общественного мнения.
11. Общественное мнение существует (по работам П.Бурдые и Э.Ноэль-Нойман)?
12. Система управления общественным мнением.
13. Связи с общественностью как базовая методология управления общественным мнением.
14. Методы построения эффективных коммуникаций.
15. Манипуляции общественным мнением посредством технологии опросов.

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 связей.
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:

Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов; С.-Петерб. гос. ун-т сервиса и экономики. - Москва: КноРус, 2009. - 221, [1] с..

Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004922-9, 100 экз.
<http://znanium.com/bookread.php?book=254819>

Киселев А.Г. Теория и практика массовой информации. - М.: КноРус, 2009. - 431 с.

Костина, А.В.. Основы рекламы: учебное пособие: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным специальностям / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - 3-е изд., стер. - Москва: Кнорус, 2010. - 399 с.

Связи с общественностью : Учебное пособие / С.А. Варакута. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 207 с.:
<http://znanium.com/bookread.php?book=147367>

Связи с общественностью (публик рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2009. - 192 с.

<http://znanium.com/bookread.php?book=193225>

Теория и практика связей с общественностью: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 030602 (350400) "Связи с общественностью" / А. В. Кочеткова [и др.]. - 2-е изд. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2010. - 233 с.

7.2. Дополнительная литература:

7.2. Дополнительная литература:

Мангейм Джарол Б. Политология. Методы исследования / Джарол Б. Мангейм; Пер. с англ.: Т.Л. Ветошкина, Н.И. Лауфер; Общ. ред. и вступ. ст. А.К. Соколова. - М.: Весь мир, 1999. (2 экз.)

Науменко Т.В. Социология массовой коммуникации: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 020300 "Социология" / Т.В. Науменко. - Москва и др.: Питер, 2005. (7 экз.)

Алешина И.В. Публик рилейшнз для менеджеров / Public Relations for Managers / И.В. Алешина - М.: Экмос, 2003.

(5 экз.)

Ядов В. А. Стратегия социологического исследования: Описание, объяснение, понимание социальной реальности: [Учеб. для студентов вузов и аспирантов по специальности "социологии"] / В. А. Ядов в сотрудничестве с В. В. Семеновой. - 7-е изд. - М.: Добросвет: Ин-т социологии РАН, 2003

(56 экз.)

7.3. Интернет-ресурсы:

Официальный PR-портал журнала Sovetnik.ru - <http://www.sovetnik.ru>

Российский новостной сайт - <http://www.lenta.ru>

Сайт ?Рекламное измерение? - <http://www.triz-ri.ru>

Сайт российской студенческой ассоциации посвящаям с - <http://www.PACCO.ru>

Электронный журнал о рекламе, маркетинге и PR - <http://www.advertology.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Технологии управления общественным мнением" 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.

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.

Мультимедийный класс, включающий в себя компьютер в комплекте, подключенный к сети интернет, проектор, проекционный экран.

Компьютерный класс, включающий в себя необходимое количество компьютеров в комплекте, подключенных к сети интернет, в расчете на 1 студенческую группу, и обеспечивающий возможность проведения текущего контроля знаний учащихся посредством онлайн системы тестирования.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.68 "Реклама и связи с общественностью" и магистерской программе Геобрендинг .

Автор(ы):

Никитин А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

"__" _____ 201__ г.