

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Технологии управления общественным мнением Б3.В.6

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитин А.А.

Рецензент(ы):

Бурганова Л.А. , Тузиков А.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

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

Регистрационный No

Казань
2016

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) доцент, к.н. Никитин А.А. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, 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 "Б3.В.6 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к вариативной части. Осваивается на 3 курсе, 5 семестр.

Курс "Технологии управления общественным мнением" относится к числу основных дисциплин в подготовке бакалавра. Для его изучения необходимы базовые знания, полученные, в ходе обучения по гуманитарным специальностям и программам бакалавриата 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 бакалавра.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции 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-10 (профессиональные компетенции)	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.
ПК-23 (профессиональные компетенции)	способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд.

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.
ПК-33 (профессиональные компетенции)	способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы.
ПК-4 (профессиональные компетенции)	способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях.
ПК-5 (профессиональные компетенции)	владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения.
ПК-12 (профессиональные компетенции)	способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации.
ПК-26 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры.
ПК-31 (профессиональные компетенции)	способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных.

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:

культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения; основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

Применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) 144 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет 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		6	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	5		4	4	0	устный опрос
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения	5		8	8	0	контрольная работа устный опрос
4.	Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения	5		6	6	0	устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Технологии управления общественным мнением	5		12	14	0	контрольная работа устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	5		0	0	0	зачет
	Итого			36	36	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт

лекционное занятие (6 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 (4 часа(ов)):

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

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)):

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

Тема 3. Методы изучения общественного мнения

лекционное 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.

практическое занятие (8 часа(ов)):

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

лекционное занятие (6 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 (6 часа(ов)):

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

Тема 5. Технологии управления общественным мнением

лекционное занятие (12 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 (14 часа(ов)):

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.

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		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации	5		подготовка к устному опросу	8	устный опрос
3.	Тема 3. Методы изучения общественного мнения	5		подготовка к контрольной работе	2	контрольная работа
				подготовка к устному опросу	14	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
4.	Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения	5		подготовка к устному опросу	12	устный опрос
5.	Тема 5. Технологии управления общественным мнением	5		подготовка к контрольной точке	20	контрольная точка
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
Итого					72	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе изучения курса наряду с традиционными формами обучения (лекционные и семинарские занятия) предусматривается вовлечение студентов в процесс освоения конкретных практических подходов к организации процессов управления общественным мнением в рамках практических занятий, предполагающих работу студентов с кейсами, разработку студентами вариантов решения задач по организации и управлению кампанией в некоммерческих сферах, тренировку навыков и умений в области организации управленческого процесса на основе групповой работы над типовыми заданиями.

В рамках практических занятий предполагается использование работы в группах с использованием материалов, представленных в сети Интернет на тематических ресурсах. Виды контроля: текущий (тестирование, контрольные работы, устный опрос), итоговый (в форме зачета).

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:

Практическое задание: 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).

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

устный опрос , примерные вопросы:

Практическое занятие: 1. На основе анализа подготовить таблицу с перечислением отличительных черт массовой коммуникации. 2. На конкретных примерах объяснить разницу между человеко- и медиа-ориентированным подходом. 3. 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

контрольная работа , примерные вопросы:

Письменная контрольная работа по пройденным темам

устный опрос , 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. 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.

Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения

устный опрос , примерные вопросы:

Практическое занятие: 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.

Тема 5. Технологии управления общественным мнением

контрольная точка , примерные вопросы:

Письменная контрольная работа по пройденным темам

устный опрос , примерные вопросы:

Практическое занятие 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.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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:

Государственный PR: связи с общественностью для государственных организаций и проектов: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 329 с.: 60x881/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004922-9, <http://znanium.com/bookread.php?book=254819>

Связи с общественностью (публич рилейшнз): Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 4-е изд. - М.: ИЦ РИОР, 2009. - 192 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=193225>

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

Бергер Й., Ивченко Е. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными. Москва Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Издательство АСТ Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Издательство АСТ, 2014. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13750>

Ворошилов, В.В. Современная пресс-служба: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Государственное и муниципальное управление" / В. В. Ворошилов; С.-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики.- Москва: КноРус, 2009.-221, [1] с. (51 экз.)

7.2. Дополнительная литература:

Бузин В.Н. , Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Москва Дашков и К-, 2012.

<http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7793>

Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. Москва Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо Издательство "Манн, Иванов и Фербер", Эксмо, 2010. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=13489>

Виханский Олег Самуилович, Наумов Александр Иванович. Менеджмент: Учебник. 6. Москва Издательство "Магистр" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014.

<http://znanium.com/go.php?id=472344>

Годин А.М. Брендинг. Москва Дашков и К-, 2012.

<http://znanium.com/bookread.php?book=329358>

Гостенина Валентина Ивановна, Киселев Александр Георгиевич. Социология массовой коммуникации: Учебник. Москва Альфа-М Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=404699>

Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-рилейшнз: Учебное пособие. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011.

<http://znanium.com/go.php?id=243837>

7.3. Интернет-ресурсы:

Crystallizing public opinion - bookre.org/reader?file=1505986

Socioline.ru. Элизабет Ноэль-Нойман. Спираль Молчания - socioline.ru/pages/elizabet-noel-nojman-spiral-molchaniya

Наука о рекламе - www.advertology.ru

Профессиональный PR-портал ?Sovetnik.ru? - sovetnik.ru/

Рекламное измерение - www.triz-ri.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.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Материально-техническим обеспечением дисциплины Технологии управления общественным мнением являются компьютерный класс на 12 мест с выходом в Интернет, мультимедиа-проектор и портативный компьютер для организации мультимедиа-сопровождения занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Никитин А.А. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Бурганова Л.А. _____

Тузиков А.Р. _____

"__" _____ 201__ г.