

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
 ФЕДЕРАЦИИ  
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
 образования  
 "САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
 АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ  
 Ответственный за образовательную  
 программу

д.э.н., проф. \_\_\_\_\_  
 (должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев \_\_\_\_\_  
 (инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_ (подпись)  
 «27» июня 2024 г

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.ф.н., доц. \_\_\_\_\_ 11.06.2024 А.К. Секацкий \_\_\_\_\_  
 (должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«11» июня 2024 г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н., проф. \_\_\_\_\_ 11.06.2024 К.В. Лосев \_\_\_\_\_  
 (уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

проф. д.и.н., доц. \_\_\_\_\_ 11.06.2024 Л.Ю. Гусман \_\_\_\_\_  
 (должность, уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Технология управления общественным мнением»  
 (наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Форма обучения	заочная
Год присема	2024

## Аннотация

Дисциплина «Технология управления общественным мнением» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-2 «Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности»

ПК-4 «Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением основ применения технологий управления общественным мнением. Данный курс направлен на изучение особенностей общественного мнения и на актуальные информационно-коммуникативные технологии как сферу деятельности, связанную с анализом и управлением информационно-коммуникативными отношениями в пространстве общественного мнения. Дисциплина позволяет обосновывать эффективные технологии управления общественным мнением в современной России, формировать у обучающихся представления о закономерностях функционирования общественного мнения в современном медиапространстве.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины является освоение студентами основных теоретических и практических аспектов использования технологий управления общественным мнением в разных коммуникативных пространствах современности.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия корпоративной социальной ответственности	ПК-2.3.1 знать основы корпоративной культуры, принципы социальной и корпоративной ответственности ПК-2.У.1 уметь принимать участие в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4.В.1 владеть навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Социология»;
- «Социальная психология»;
- «Конфликтология»;
- «Психология массовых коммуникаций»;
- «Основы теории коммуникации»;
- «Теория и практика массовой информации»;
- «Психология воздействия на целевые аудитории»;
- «Организация связей с общественностью».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»»;

– «Планирование и проведение коммуникационных кампаний».

### 3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
<b>Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)</b>	4/ 144	4/ 144
<b>Из них часов практической подготовки</b>	12	12
<b>Аудиторные занятия, всего час.</b>	20	20
в том числе:		
лекции (Л), (час)	8	8
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	12	12
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	9	9
<b>Самостоятельная работа, всего (час)</b>	115	115
<b>Вид промежуточной аттестации:</b> зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

Примечание: \*\* кандидатский экзамен

### 4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Общественное мнение как специфический социальный институт	1	2	-	-	20
Раздел 2. Виды и формы массовой коммуникации	1	2	-	-	20
Раздел 3. Методы изучения общественного мнения	2	2	-	-	25
Раздел 4. Технологии управления общественным мнением	2	3	-	-	25
Раздел 5. Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний	2	3	-	-	25
Итого в семестре:	8	12	-	-	115
Итого	8	12	0	0	115

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Общественное мнение как специфический социальный институт. 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.
2	Виды и формы массовой коммуникации. 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.
3	Методы изучения общественного мнения. 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.
4	Технологии управления общественным мнением. 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.
5	Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний. Теория и практика избирательных кампаний. Избирательные технологии. Особенности избирательных технологий. Социологические основания теории и практики избирательных кампаний. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Построение политических технологий. Избирательные технологии и PR-технологии в избирательной кампании. Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.

#### 4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7					
1	Общественное мнение как специфический социальный институт	Дискуссия	2	2	1
2	Виды и формы массовой коммуникации	Дискуссия	2	2	2
3	Методы изучения общественного мнения	Дискуссия	2	2	3
4	Технологии управления общественным мнением	Дискуссия	3	3	4
5	Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний	Дискуссия	3	3	5
Всего			12	12	

#### 4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

#### 4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

#### 4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	50	50
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	15	15
Контрольные работы заочников (КРЗ)	30	30
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	115	115

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1053381">https://znanium.com/catalog/product/1053381</a>	Технологии управления общественным мнением: учеб. пособие / В.О. Шпаковский [и др.]. — Москва: Инфра-Инженерия, 2019. — 240 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/2023167">https://znanium.com/catalog/product/2023167</a>	Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения : учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 274 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1048186">https://znanium.com/catalog/product/1048186</a>	Руденко, А. М. Психология массовых коммуникаций: учебник / А. М. Руденко, А. В. Литвинова; под ред.	

	А. М. Руденко. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 303 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/523515">https://znanium.com/catalog/product/523515</a>	Осипова, Е. А. Связи с общественностью в социальной сфере. Ценностно-ориентированный подход к PR-практике: монография / Е. А. Осипова. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 128 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/523516">https://znanium.com/catalog/product/523516</a>	Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства: монография / Е. А. Осипова. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 144 с.	
URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1925550">https://znanium.com/catalog/product/1925550</a>	Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиaprостранстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К, 2023. - 211 с.	

#### 7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
<a href="http://lib.aanet.ru/">http://lib.aanet.ru/</a>	Электронные ресурсы ГУАП
<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>	ЭБС «Лань»
<a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>	ЭБС «ZNANIUM»

#### 8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.



Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС «Лань»

### 9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	

### 10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену;

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал;</li> <li>– уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;</li> <li>– опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления;</li> <li>– умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– свободно владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы;</li> <li>– не допускает существенных неточностей;</li> <li>– увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления;</li> <li>– аргументирует научные положения;</li> <li>– делает выводы и обобщения;</li> <li>– владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы;</li> <li>– допускает несущественные ошибки и неточности;</li> <li>– испытывает затруднения в практическом применении знаний направления;</li> <li>– слабо аргументирует научные положения;</li> <li>– затрудняется в формулировании выводов и обобщений;</li> <li>– частично владеет системой специализированных понятий.</li> </ul>
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– обучающийся не усвоил значительной части программного материала;</li> <li>– допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении;</li> <li>– испытывает трудности в практическом применении знаний;</li> <li>– не может аргументировать научные положения;</li> <li>– не формулирует выводов и обобщений.</li> </ul>

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
1	Общественное мнение как процесс социокультурной коммуникации.	ПК-2.3.1
2	Соотношение знаний и мнений в социальной коммуникации.	ПК-2.3.1
3	Коммуникативная природа и коммуникативные условия общественного мнения.	ПК-2.3.1

4	Участники общественного мнения: социальные роли и позиции.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
5	Подход к массовой коммуникации Вильяма Гэмсона.	ПК-2.3.1
6	Сущность "спирали молчания" Элизабет Ноэль-Ноймана.	ПК-2.3.1
7	Значение медиа-ориентированного подхода Маршала Маклюэна.	ПК-2.3.1
8	Современное состояние исследований общественного мнения. Новые подходы к его анализу и прогнозированию.	ПК-2.3.1
9	Социокультурные различия, научные традиции и стили исследования общественного мнения в России и других странах.	ПК-2.3.1
10	Организация мониторинга общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
11	Общественное мнение существует (по работам П.Бурдые и Э.Ноэль-Нойман).	ПК-2.3.1
12	Система управления общественным мнением.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
13	Связи с общественностью как базовая методология управления общественным мнением.	ПК-2.3.1
14	Методы построения эффективных коммуникаций.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
15	Манипуляции общественным мнением посредством технологии опросов.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
16	Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
17	Закономерности функционирования общественного мнения.	ПК-2.3.1
18	Предмет теории общественного мнения.	ПК-2.3.1
19	Функции общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
20	Пресс-служба в органах власти.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
21	PR в органах власти.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
22	Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
23	Имиджевые характеристики и массовое сознание.	ПК-2.3.1
24	Значение слухов как технологии ОМ.	ПК-2.3.1
25	Понятие общественного мнения и его основные разновидности.	ПК-2.3.1
26	Работа с аудиторией. Виды стереотипов. Формирование стереотипов восприятия.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1

27	Общие стратегии PR – технологий.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
28	Циклы существования общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
29	Избирательные технологии.	ПК-2.3.1
30	Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
31	Специальные мероприятия и их освещение в СМИ.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
32	Общественное мнение как форма выражения социальной оценки.	ПК-2.3.1
33	Построение политических технологий.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
34	Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
35	Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
36	Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
37	Онлайн-опрос общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1
38	Модульные и процедурные технологии управления общественным мнением.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
39	Психология толпы и технологии управления ею.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1
40	Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.	ПК-2.3.1 ПК-2.У.1 ПК-3.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Предметом дисциплины «Управление общественными отношениями» является:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) потребительские отношения в обществе</li> <li>2) способы взаимодействия организаций со СМИ</li> <li>3) политические отношения в обществе</li> <li>4) все, вместе взятое</li> </ol>	ПК-2.У.1
2	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Основные направления работы службы PR.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) изучение общественного мнения для успешного формирования корпоративной политики</li> <li>2) подготовка важнейших выступлений руководителей компании</li> <li>3) планирование рекламных компаний, статей и выступлений в СМИ</li> <li>4) выработка стратегий фирмы в области ценообразования</li> <li>5) все, кроме пункта 4</li> </ol>	ПК-2.У.1
3	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Международная ассоциация служб связей с общественностью (IPRA) была создана:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) в 1955г</li> <li>2) в 1985г</li> <li>3) в 1959г</li> <li>4) в 2000г</li> </ol>	ПК-2.3.1
4	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Российская ассоциация по связи с общественностью создана:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) в 1920г</li> <li>2) в 1930г</li> <li>3) в 1991г</li> <li>4) в 2003г</li> </ol>	ПК-2.3.1
5	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Первое PR-агентство появилось:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) в Европе</li> <li>2) в Австралии</li> <li>3) в Америке</li> <li>4) в России</li> </ol>	ПК-2.3.1
6	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Средства массовой информации:</p>	ПК-4.В.1

	<p>1) играют важную роль в формировании общественного мнения</p> <p>2) играют ведущую роль</p> <p>3) не играют никакой роли</p>	
7	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>В структуре PR-отдела не является необходимой должностью:</p> <p>1) начальник отдела</p> <p>2) менеджер по связям со СМИ.</p> <p>3) специалист по продаже недвижимости</p> <p>4) секретарь-референт</p>	ПК-4.В.1
8	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Корпоративная культура характеризуется:</p> <p>1) повышение деловой активности</p> <p>2) использование СМИ</p> <p>3) гармония партнерского взаимодействия</p> <p>4) производительность труда</p>	ПК-2.3.1
9	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Основной элемент корпоративного стиля:</p> <p>1) штриховой код, упаковка</p> <p>2) особенности выступления на презентации</p> <p>3) товарный знак, логотип, слоган</p> <p>4) униформа</p>	ПК-2.3.1
10	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>Спиндоктор –</p> <p>1) врач</p> <p>2) журналист</p> <p>3) специалист по борьбе с проявлениями «черного» PR</p>	ПК-2.У.1
11	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос и выберите правильный ответ.</i></p> <p>В настоящее время СМИ обогатились такой разновидностью как</p> <p>1) газеты</p> <p>2) телевидение</p> <p>3) интернет</p> <p>4) радио</p>	ПК-2.У.1
12	<p><i>Инструкция: Прочитайте вопрос, выберите правильные варианты ответа.</i></p> <p>Функции PR:</p> <p>1) изучение общественного мнения</p> <p>2) формирование общественного мнения</p> <p>3) осуществление наказаний за манипулирование общественным мнением</p>	ПК-2.У.1 ПК-4.В.1

	4) управление общественным мнением											
13	<p><i>Инструкция: Установите соответствие между понятиями. Сравните столбцы и подберите правильное сочетание представленных терминов и определений друг к другу. Соответствующие буквы запишите рядом с нужными цифрами.</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Термин</th> <th>Определение</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Мнение</td> <td>А. те, кто обладает возможностью не только высказывать мнение, но и оказывать реальное воздействие на его формирование и функционирование.</td> </tr> <tr> <td>2. Общественное мнение</td> <td>В. это информация об объективных характеристиках окружающего мира.</td> </tr> <tr> <td>3. Лидеры общественного мнения</td> <td>С. суждения, выражающие эмоциональное отношение к чему-либо, переживание событий и фактов.</td> </tr> <tr> <td>4. Знания</td> <td>Д. это множество суждений, выражающих отношение общества, групп и слоев, личности к социально значимым явлениям, а также его оценка – одобрение или осуждение, исходя из целесообразности данного явления с точки зрения интересов общности.</td> </tr> </tbody> </table>	Термин	Определение	1. Мнение	А. те, кто обладает возможностью не только высказывать мнение, но и оказывать реальное воздействие на его формирование и функционирование.	2. Общественное мнение	В. это информация об объективных характеристиках окружающего мира.	3. Лидеры общественного мнения	С. суждения, выражающие эмоциональное отношение к чему-либо, переживание событий и фактов.	4. Знания	Д. это множество суждений, выражающих отношение общества, групп и слоев, личности к социально значимым явлениям, а также его оценка – одобрение или осуждение, исходя из целесообразности данного явления с точки зрения интересов общности.	ПК-2.У.1 ПК-4.В.1
Термин	Определение											
1. Мнение	А. те, кто обладает возможностью не только высказывать мнение, но и оказывать реальное воздействие на его формирование и функционирование.											
2. Общественное мнение	В. это информация об объективных характеристиках окружающего мира.											
3. Лидеры общественного мнения	С. суждения, выражающие эмоциональное отношение к чему-либо, переживание событий и фактов.											
4. Знания	Д. это множество суждений, выражающих отношение общества, групп и слоев, личности к социально значимым явлениям, а также его оценка – одобрение или осуждение, исходя из целесообразности данного явления с точки зрения интересов общности.											
14	<p><i>Инструкция: Установите правильную последовательность этапов планирования PR-компании:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) разрабатываются тактические решения</li> <li>2) определяется цель компании</li> <li>3) определяются методы оценки</li> <li>4) осуществляется идентификация, очерчивание проблемы</li> <li>5) формулируются ситуационные стратегии</li> </ol>	ПК-2.У.1										
15	<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Формы, средства и способы использования общественного мнения в организации.</p>	ПК-2.3.1										
16	<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Корпоративный имидж как объект управления общественным мнением.</p>	ПК-2.3.1										
17	<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Основные проблемы построения и применения выборки в сфере изучения общественного мнения.</p>	ПК-2.У.1										
18	<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i></p> <p>Коммуникационные потребности населения и их реализация в СМИ.</p>	ПК-2.У.1										
19	<p><i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный</i></p>	ПК-4.В.1										

	<i>ответ.</i> Общественное мнение и проблемы глобализации. Новые информационные и технические возможности изучения общественного мнения в социологии.	
20	<i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i> Мониторинг общественного мнения: цели, задачи, функции.	ПК-4.В.1

Система оценивания тестовых заданий:

1 тип) Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов.

2 тип) Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

3 тип) Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца). Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов

4 тип) Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр. Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов.

5 тип) Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте. Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов.

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
1.	Источники и методы получения информации о конкурентах при установлении связей с общественностью.
2.	Организационно-правовое обеспечение внутрифирменных служб информационной безопасности при осуществлении связей с общественностью.
3.	Специфика управления коммуникациями в условиях кризиса.
4.	Ответственность изготовителей, исполнителей и продавцов за нарушение прав потребителей.
5.	Презентационная работа с потребителями при осуществлении связей с общественностью.
6.	Формирование корпоративной этики.
7.	Направления PR-деятельности в установлении внутриотраслевых отношений предпринимателей.
8.	Значение благотворительности во внешнеэкономической деятельности.
9.	Направления благотворительной деятельности.
10.	Цели службы по связям с общественностью в выборных кампаниях.
11.	Организация рекламной кампании.
12.	Яркая идея, воплощенная в слогане.



13.	Сравнение эффективности предвыборных действий.
14.	Административные способы ограничения свободы слова.
15.	Типы средств массовой информации и их влияние на общественность.
16.	Работа специалиста по PR с чиновниками.
17.	Система связей власти с общественностью.
18.	Понятие общественного мнения и его основные разновидности.
19.	Структура и функции общественного мнения.
20.	Предмет теории общественного мнения.
21.	Проблемы и методы изучения общественного мнения.
22.	Использование общественного мнения.
23.	Формирование общественного мнения.
24.	Опишите процесс управления коммуникациями с помощью формирования общественного мнения.
25.	Охарактеризуйте методы воздействия на потребителя информации.
26.	Обсудите в учебных подгруппах модели работы с общественным мнением в кризисной ситуации.
27.	Обсудите в учебных подгруппах модели работы с общественным мнением в избирательной кампании.
28.	Охарактеризуйте механизмы управления и приёмы конструирования новостной информации.
29.	В чем суть конструирования слухов как технологии общественного мнения?
30.	Как осуществляется управление толпой как базовым инструментом PR-технологий?

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

#### 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

##### 11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

##### Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;

– научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходиться к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);

– получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Во время первой аттестации (середина семестра) и второй аттестации (конец семестра) преподавателем проводится проверка конспектов лекций в целях контроля понимания текста лекций и навыков конспектирования, а также в целях рейтинговой оценки студентов (как одной из её составляющих).

### 11.2. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач обучающегося:

– приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;

– закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;

– получение новой информации по изучаемой дисциплине;

– приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

#### Структура и форма отчета о лабораторной работе:

- Структура отчета о лабораторной работе содержит следующие критерии:
- Титульный лист.
- Цель работы.
- Задание.
- Основная часть.
- Вывод.

#### Требования к оформлению отчета о лабораторной работе:

Правила оформления отчета. Титульный лист оформляется в соответствии с образцами, представленными на сайте ГУАП ([http://guap.ru/guap/standart/titl\\_main.shtml](http://guap.ru/guap/standart/titl_main.shtml)).

Требования к тексту. Лабораторная работа сдается преподавателю только в печатном виде. Текст набирается на одной стороне стандартной белой бумаги (А 4) в формате Microsoft Word шрифтом Times New Roman (обычный) с полуторным междустрочным интервалом. Размер шрифта — 14. Параметры страницы — 2 см (верхнее и нижнее поля), левое поле — 3 см, правое — 1,5 см. Отступ в абзацах с помощью «табуляции». Текст должен быть выровнен «по ширине».

### 11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет смитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

#### 11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;

– методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Предусмотрены следующие формы самостоятельной работы: Изучение теоретического материала дисциплины (ТО); Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ); Контрольные работы заочников (КРЗ); Подготовка к промежуточной аттестации (ПА). Указания для ТКУ и ПА смотри в следующем пункте.

Объём и сроки освоения ТО определяются преподавателем, исходя из скорости усвоения студентом лекционного материала. В качестве ДЗ используются: чтение и конспектирование дополнительной литературы (выбор литературы осуществляет преподаватель исходя из понимания личного прогресса конкретного студента); ознакомление с аудиовизуальными материалами, презентующими (или репрезентирующими) текущую тему учебного курса.

Перечень контрольных работ представлен в таблице 19 данной РПД.

Контрольная работа сдается преподавателю только в печатном виде. Текст набирается на одной стороне стандартной белой бумаги (А 4) в формате Microsoft Word шрифтом Times New Roman (обычный) с полуторным междустрочным интервалом. Размер шрифта — 14. Параметры страницы — 2 см (верхнее и нижнее поля), левое поле — 3 см, правое — 1,5 см. Отступ в абзацах с помощью «табуляции». Текст должен быть выровнен «по ширине».

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль проводится в течение семестра по итогам выполнения контрольных работ, участия в семинарских и практических занятиях, коллоквиумах, подготовке докладов, рефератов, эссе и т.д. Текущий контроль успеваемости студентов является постоянным, осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы преимущественно посредством реализации проведения внутрисеместровых аттестаций.

Критерии оценки письменной работы:

– оценка «**зачтено**» выставляется студенту, если в представленной работе раскрыта тема, представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы подтверждены примерами, содержание четко структурировано, при написании работы использовался широкий круг источников, к которым в тексте работы имеются отсылки.

– оценка «**не зачтено**» выставляется студенту, если в представленной работе не раскрыта тема, материал излагается непоследовательно, нет четкой структуры, не представлены различные позиции и взгляды на проблему, теоретические посылы не подтверждены примерами, при написании работы использовался ограниченный круг источников, в тексте работы отсутствуют ссылки.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Основная форма проведения экзамена – устный ответ на вопросы, которые представлены в таблице 15 данной РПД.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой