

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.06
«Технологии управления общественным мнением»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 16,3 контактных часа, лекционных 6 ч., лабораторных 4 ч., практических 6 ч.; 81 час самостоятельной работы, ИКР 0,3 ч., контроль 8,7 ч.).

Цель освоения дисциплины - ознакомление студентов с феноменом общественного мнения, его социальной и культурной сущностью, со способами конструирования и управления общественным мнением, с возможностями его использования в рекламных и PR-кампаниях. Основное внимание уделяется формированию у бакалавров системы знаний о содержании, специфике функционирования общественного мнения, о принципах и закономерностях его научного исследования.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

- формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
- формирование понимания структуры общественного мнения; ознакомление с функциями общественного мнения;
- изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением;
- знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Технологии управлением общественным мнением» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Технологии управлением общественным мнением», входящая в вариативную часть профессионального цикла федерального государственного образовательного стандарта по направлению Реклама и связи с общественностью, нацелена на изучение сущности и содержания понятия «общественное мнение», методов и способов управления существующим общественным мнением, возможностей формирования системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений в обществе; требований к подготовке и проведению изучения общественного мнения.

Содержание дисциплины логично взаимосвязано с другими дисциплинами профессионального цикла: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Социология», «теория и практика рекламной деятельности».

Освоение данной дисциплины базируется на изученных ранее курсах, таких как «PR-текст», «Информационная безопасность», «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология делового общения», используется при прохождении производственной практики и при самостоятельной подготовке различных типов и жанров устного публичного выступления.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Технологии управления общественным мнением» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-5**);

общекультурных компетенций (ОК):

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (**ОК-4**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/общекультурных компетенций (ОПК/ОК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1	ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знать основные понятия коммуникации	уметь анализировать аудиторию, выделять ее преимущества	владеть умением проводить SWOT-анализ
2	ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	знать современные рекламные стратегии, формы реализации креатива в нестандартном рекламном продукте;	уметь использовать навыки для исследования психологического восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности;	владеть культуры научного мышления; навыками применения различных методов и приемов BTL;
3	ОК-4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	знать современное отечественное и мировое законодательство;	уметь использовать знания в законодательной области;	владеть навыками применения знаний в области законодательства;

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Общественное мнение как предмет изучения	18	2	2		15

2.	Общественное мнение как специфический социальный институт	18	2	2		15
3.	Формирование общественного мнения	18	1	1		15
4.	Управление общественным мнением в кризисных ситуациях	18	1	1		15
Итого по дисциплине:		72	6	6		60

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Общественное мнение как предмет изучения (продолжение)	7			2	5
2.	Общественное мнение как специфический социальный институт (продолжение)	7			2	5
3.	Развитие общественного мнения	6			1	5
4.	Управление общественным мнением после кризисных ситуаций	7			1	6
Итого по дисциплине:		36			6	21

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56280>

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.