

## **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      | <b>ОПК-4</b>       | 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      | <b>ОПК-5</b>       | 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      | <b>ОК-4</b>        | 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        |
| <b>Итого по дисциплине:</b> |                                                           | <b>72</b> | <b>6</b> | <b>6</b> |  | <b>60</b> |

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)                  | 9                |                   |    | 1        | 5                    |
| 2.                          | Общественное мнение как специфический социальный институт (продолжение) | 9                |                   |    | 1        | 5                    |
| 3.                          | Развитие общественного мнения                                           | 9                |                   |    | 1        | 5                    |
| 4.                          | Управление общественным мнением после кризисных ситуаций                | 9                |                   |    | 1        | 8                    |
| <b>Итого по дисциплине:</b> |                                                                         | <b>36</b>        |                   |    | <b>4</b> | <b>23</b>            |

**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>
2. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97232>. — Загл. с экрана.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.  
преподаватель Е.В. Тарасенко