

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1164262	Управление общественным мнением

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Реклама и связи с общественностью	Код ОП 1. 42.03.01/33.01
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бритвина Ирина Борисовна	доктор социологических наук, доцент	Профессор	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Шумилова Полина Андреевна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Управление общественным мнением**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Управление общественным мнением» формирует у студентов представления о сущности, эволюции понятия и структуре общественного мнения и современных технологий и методов исследования общественного мнения, навыки анализа общественного мнения. Также модуль раскрывает связь общественного мнения со средствами массовой коммуникации и коммуникационными технологиями.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Управление общественным мнением	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Управление общественным мнением	ОПК-2 - Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для

		<p>своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями</p> <p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p>
	<p>ОПК-4 - Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде, вырабатывать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа</p> <p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества</p>
	<p>ОПК-5 - Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач</p> <p>Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к</p>

		выстраиванию партнерского взаимодействия
	ОПК-6 - Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях	<p>З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p> <p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий</p> <p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат</p>
	ПК-3 - Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>З-1 - Технологии управления общественным мнением</p> <p>У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p>
	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>З-3 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии</p> <p>У-3 - Работать с большими объемами информации</p> <p>У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления</p> <p>У-5 - Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле</p> <p>У-6 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p>

		<p>П-2 - Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>П-3 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации с позиции принципов доверия и корпоративной ответственности</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Управление общественным мнением

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бритвина Ирина Борисовна	доктор социологических наук, доцент	Профессор	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Шумилова Полина Андреевна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 31 от 26.05.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Бритвина Ирина Борисовна, Профессор, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
- Шумилова Полина Андреевна, Ассистент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
T1	Генезис и эволюция понятия «общественное мнение». История исследований феномена общественного мнения	Осмысление феномена общественного мнения в социальной философии Древней Греции и Рима. Общественное мнение в трудах европейских мыслителей Нового Времени. Период «онаучивания» термина «общественное мнение» (XVII- XIX вв.). Общественное мнение как предмет государственно-правовой науки (Ф. Гольцендорф, Д. Брайс). Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процес-са (А. де Токвиль, В.М. Хвостов, М.М. Ковалевский и др.). Основные аспекты анализа общественного мнения в классической социологии (О. Конт, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П. Сорокин Т. Парсонс и др.). Психологическое направление в разработке со-циологической теории общественного мнения (Г. Тард, Г. Лебон, В.Ф. Теннис, Дж. Кули, Ч. Кули и др.). Роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и процессе формирования общественного мнения (В. Липпман, К. Юнг, И. Фишман). Антропологический подход к феномену общественного мнения (М. Мид). Влияние взглядов Г. Оллпорта, С. Осгуда, Е. Богардуса, В. Беннета на институционализацию общественного мнения. Модернистские и постмодернистские теории формирования и функционирования общественного мнения.

T2	Теоретические основы изучения общественного мнения	<p>Субъекты и объекты общественного мнения.</p> <p>Структура, функции и формы общественного мнения.</p> <p>Общественное мнение как социально-политическое явление. Общественность как субъект общественного мнения. Индивид как носитель и субъект общественного мнения. Критерии выделения объекта ОМ. Типология объектов ОМ. Проблема соотношения субъекта и объекта ОМ.</p> <p>Структура общественного мнения. Уровни функционирования и масштабы распространения общественного мнения как социально-политического явления. Классификация функций общественного мнения по объекту функционирования, критерию направленности и характеру влияния на социальную систему. Институциональные и неинституциональные функции ОМ. Явные, латентные функции и дисфункции общественного мнения.</p> <p>Статика и динамика общественного мнения. Консервативные и новаторские тенденции в ОМ. Основные закономерности динамики ОМ.</p>
T3	Общественное мнение как социально-политическое явление	<p>Общественность и социальная стратификация. Проблема идентификации общественного мнения. Категории «Общественное мнение», «общественное сознание» и «массовое сознание»: взаимосвязь и различия. Социальные институты и ОМ. ОМ и социализация. ОМ как инструмент формирования политической реальности и средство политической манипуляции. Общественное мнение как активно действующий субъект социально-политического управления.</p>
T4	Основные методы изучения общественного мнения	<p>Поиск операционального определения общественного мнения. Проблемы методической обоснованности и верификации в эмпирических исследованиях ОМ. Необходимость применения синтетического подхода. Построение формализованных теоретических и практических моделей общественного мнения в рамках деятельностного подхода. Целерациональная, актуальная и аккумулятивная модели социального поведения и деятельности в объяснительных моделях деятельностного подхода. Возможности и перспективы применения деятельностного подхода в изучении общественного мнения.</p> <p>Прикладные социологические методы изучения ОМ: наблюдение, анализ документов (контент-анализ), фокус-группа, опросные методы. Изучение общественного на уровне оперативного сознания населения (рейтинги, зондажи и т.д.). Фиксирование устойчивых структур массового сознания (изучение менталитета, национального характера и т.д.).</p> <p>Комплексное социально-политическое моделирование: социальный эксперимент, контент-анализ, дискурс-анализ, интен-анализ. Социокультурные различия и научные традиции изучения общественного мнения в России и других странах.</p>
T5	Методы и механизмы влияния на общественное мнение	<p>Универсальные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: убеждение, внушение, подражание, заражение, сотрудничество, принуждение, манипулирование.</p>

		Психологические аспекты влияния на ОМ. Логика и теория аргументации, риторика и основы ораторского искусства, формирование стереотипов и управление ими как инструменты влияния на общественное мнение. «Лидеры общественного мнения» и «группы интересов». Формы манипулирования общественным мнением: утаивание информации, смещение акцентов, искажение информации.
T6	СМК и общественное мнение	Понятие массовой коммуникации. Функции и роль массовой коммуникации. Специфика языка массовой коммуникации. Основные современные каналы массовой коммуникации и основные посредники массового влияния на индивидуальное и общественное мнение. Различные модели массовой коммуникации и оценки ее эффективности в современном обществе. Барьеры массовой коммуникации. Общественное мнение, массовое поведение и массовая коммуникация. Место и роль СМИ в формировании общественного мнения. Общественное мнение как продукт СМК и главный критерий их эффективности. Средства массовой информации, власть и гражданское общество: проблемы взаимовлияния и взаимосогласования. СМК в Мире и современной России.
T7	Коммуникационные технологии и общественное мнение	ОМ как ключевой фактор формирования технологий PR, рекламы и маркетинга. Специфика PR и рекламных технологий в рамках различных социальных структур (государственные структуры, политические организации, бизнес, некоммерческие организации). Специфика взаимодействия с ОМ каждой из перечисленных структур.
T8	Общественное мнение в современной России	Сегментация ОМ в России. Основные факторы, социальные структуры и механизмы, формирующие ОМ в России. Специфические для России стереотипы ОМ и их роль в социально-политической ситуации в стране. Специфические для России формы выражения ОМ и их роль в социально-политической ситуации в стране. Актуальные тенденции эволюции ОМ в России.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-4 - Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественным мнением

Электронные ресурсы (издания)

1. ; Технологии управления общественным мнением : учебное пособие.; Инфра-Инженерия, Москва, Вологда; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564679> (Электронное издание)
2. Лопырева, Л. Д.; Общественное мнение как фактор обратной связи в системе местного самоуправления : монография.; Лаборатория книги, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87521> (Электронное издание)
3. Франц, В. А.; Управление общественным мнением : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690274> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Федотова, Л. Н.; Социология массовой коммуникации; Аспект Пресс, Москва; 2002 (74 экз.)
2. Федотова, Л. Н.; Паблик рилейшнз и общественное мнение : [Учебное пособие].; Питер, Санкт-Петербург; 2003 (44 экз.)
3. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2012 (17 экз.)
4. Кривоносов, А. Д.; Основы теории связей с общественностью : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Связи с общественностью"].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2011 (8 экз.)
5. Шарков, Ф. И.; Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций); РИП-холдинг, Москва; 2004 (31 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library
7. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — Саратов : Вузовское образование, 2015. — 218 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/31701.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

8. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие / В. А. Франц. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 с. — ISBN 978-5-7996-1750-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66606.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
9. Информация и общественное мнение: От репортажа в СМИ к реальным переменам / Румин Ислам, Андро Пьер-Ив, ДеллаВинье Стефано [и др.] ; под редакцией Ислам Румин ; перевод Т. Гутман. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 296 с. — ISBN 978-5-9614-1096-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82864.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
10. Методика изучения общественного мнения : курс лекций / составители В. А. Месяц. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 64 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102931.html> (дата обращения: 03.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;
11. Черкасова, В. П. Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и Интернет / В. П. Черкасова. — Москва : Весь Мир, 2019. — 154 с. : табл., граф. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574059> (дата обращения: 03.06.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-7777-0761-1. — Текст : электронный.

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru/>;

Библиокомплектатор: <http://www.bibliocomplectator.ru/available>;

Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru>;

ЭБС Университетская библиотека онлайн «Директ-Медиа» <http://www.biblioclub.ru/>;

зональная научная библиотека (УрФУ) - <http://lib2.urfu.ru/>

электронная библиотека MYBRARY - <http://mybrary.ru/>

справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление общественным мнением

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>

		Подключение к сети Интернет	
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Оборудование, соответствующее требованиям организации учебного процесса в соответствии с санитарными правилами и нормами</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES</p>