



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Т.Е. Абрамзон

03.03.2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

СОЦИОЛОГИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Направление подготовки (специальность)
39.03.01 Социология

Направленность (профиль/специализация) программы
Социологические и маркетинговые исследования

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Социальной работы и психолого-педагогического образования
Курс	2
Семестр	

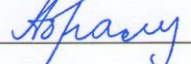
Магнитогорск
2019 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 05.02.2018 г. № 75)


Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического образования
21.02.2020, протокол № 7

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
03.03.2020 г. протокол № 6

Председатель  Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры СРиППО, канд. социол. наук  А.В. Томаров

Рецензент:

профессор кафедры ВИ, д-р ист. наук  Ю.Д. Коробков

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от 22.09.2020 г. № 2

Зав. кафедрой  Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Социальной работы и психолого-педагогического

Протокол от _____ 20__ г. № __

Зав. кафедрой _____ Е.В. Олейник

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Цели освоения дисциплины:

- дать характеристику категории общественное мнение;
- сформировать у студентов представление об объекте, предмете, структуре, функциях, категориях общественного мнения;
- познакомить студентов с историей становления и развития общественного мнения в социуме;
- дать студентам необходимый объём теоретических знаний об общественном мнении как социокультурной системе, о структурных элементах общественного мнения – социальных группах, социальных институтах и динамических процессах формирующих общественное мнение;
- закономерностях развития общественного мнения.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Социология общественного мнения входит в часть учебного плана формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Основы социального государства

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Современные социологические теории

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Социология общественного мнения» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ПК-2 Способен проектировать социологические и маркетинговые исследования	
ПК-2.1	Подготавливает проектное предложение по реализации фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования
ПК-2.2	Разрабатывает программные и методические документы социологического и маркетингового исследования
ПК-2.3	Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования
ПК-3 Способен описывать, объяснять, прогнозировать социальные явления и процессы на основе результатов социологических и маркетинговых исследований	
ПК-3.1	Анализирует и интерпретирует данные социологических и маркетинговых исследований
ПК-3.2	Разрабатывает предложения по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования, составляет и оформляет итоговые документы по результатам исследования
ПК-3.3	Представляет результаты исследования различным аудиториям

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 16,4 акад. часов;
- аудиторная – 4 акад. часов;
- внеаудиторная – 12,4 акад. часов
- самостоятельная работа – 87,7 акад. часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 акад. часа

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Понятие общественного мнения.								
1.1 Общественное мнение: понятие, признаки, структура, виды. Основные теории общественного мнения. Массовое сознание и массовые действия. Общественное мнение как социальное	2	1/1И		1/1И	47,7	Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников	Решение тестов.	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
1.2 Особенности развития общественного мнения в современной России. Социальная агрегация общественного мнения: понятие, признаки и типы. Общий обзор методов сбора данных общественного		1/1И		1/1И	40	Самостоятельное изучение лекционного материала и материала учебников.	Решение тестов. Проведение исследования.	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
Итого по разделу		2/2И		2/2И	87,7			
Итого за семестр		2/2И		2/2И	87,7		зачёт	
Итого по дисциплине		2/2И		2/2И	87,7		зачет	

5 Образовательные технологии

В преподавании дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

- интегративный подход в преподавании (междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами);
- проведение аудиторных занятий с использованием мультимедиа;
- разбор конкретных ситуаций (кейсов): программы, инструментария и отчета опубликованных социологических исследований;
- анализ интернет-ресурсов по заданной теме

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Распутина С. П. Социология [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. П. Распутина, И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2713.pdf&show=dcatalogues/1/1131986/2713.pdf&view=true>. - Макрообъект.

2. Тюплина И. А. Экономическая социология [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / И. А. Тюплина ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2547.pdf&show=dcatalogues/1/1130349/2547.pdf&view=true>. - Макрообъект.

б) Дополнительная литература:

1. Кривошлыкова М. В. Массовая культура в системе формирования личности [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / М. В. Кривошлыкова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2484.pdf&show=dcatalogues/1/1130241/2484.pdf&view=true>. - Макрообъект.

2. Витик С. В. Управление общественными отношениями. Курс лекций [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. В. Витик, И. С. Акулова ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2016. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Режим доступа: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2376.pdf&show=dcatalogues/1/1130051/2376.pdf&view=true>. - Макрообъект.

в) Методические указания:

Методические указания для студентов по подготовке к учебной и научно-исследовательской работе. Сост. Е.В. Олейник, С.Н. Испулова, С.А. Бурилкина. Магнитогорск: Изд-во Магнитогорск. гос. техн.ун-та им. Носова, 2019. 46с.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional(для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа

г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 333. Центр дистанционных образовательных технологий Стол рабочий – 4 шт.

Стол компьютерный – 1 шт.

Стол одно тумбовый – 1 шт.

Стул с откидным столиком (пюпитром) – 20 шт.

Кресло «Престиж» - 6 шт.

Компьютер персональный - 5шт,

ИБП APC Back-UPS 500VA - 5шт,

Настольный спикерфон Plantronocs Calistro 620 - 4 шт,

Документ камера Aver Media Aver Vision U15- 5шт,

Графический планшетWacomIntuosPTH-851 - 3шт,

Веб-камера Logitech HD Pro C920 Lod-960-000769- 4шт,

Система настольная акустическая Genius SW-S2/1 200RMS - 4 шт,

Видеокамера купольная Praxis PP-2010L 4-9 - 5шт,

Аудиосистема с петличным радио микрофоном Arthur Forty U-960B – 1 шт,

Система интерактивная Smart Board 480 (экран+проектор) - 1 шт,

Поворотная веб-камера с потолочным подвесом Logitech BCC950 loG-960-000867–

1шт,

Комплект для передачи сигнала- 1 шт,

Пульт управления презентацией Logitech Wireless Presenter R 400 - 1 шт,

Усилитель мощности звуковой волны BOSE -1 шт,

Компьютер персональный для диспетчера - 1 шт,

МФУ Canon- 1шт,

Стереогарнитура (микрофон+наушники) Plantronics Entera)- 4 шт,

Видеорегистратор с жестким диском - 1 шт,

Коммутатор доступа Qtech QSW-2800-28TAC - 1 шт. Windows Professional 8 RUOLPNLAE, № лицензии – 63533738, дата покупки – 14.05.2014, срок действия – бессрочноMicrosoft Office Professional Plus 2013, № лицензии – 63533553, дата покупки 14.05.2014, срок действия – бессрочно Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, № лицензии 1AF2-000451-5712AA16, дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

г. Магнитогорск, ул. Ленина, д.38, ауд. № 335. Центр дистанционных образовательных технологий Стол компьютерный – 10 шт.

Стол письменный – 1 шт.

Стул офисный – 20 шт.

Стул – 15 шт.

Документ-камера Epson – 8 шт.

Источник бесперебойного питания POWERCOMIMD-1500AP – 9 шт.

Камера высокого разрешения – 1 шт.

Компьютер персональный (тип6) – 9 шт.

Проектор View Sonic PJD7526W– 1 шт.

Спикерфон настольный Calisto-620 Plantronics – 9 шт.

Веб-камера Logitech C920 – 9 шт.

Система акустическая настольная – 9 шт.

Стереогарнитура (микрофон с шумоподавлением) – 9 шт.

Экран настенный Digis Optimal-C MW DSOC-11032*2 -1 шт. Windows Professional 7 Russian, № лицензии – 47818300, дата покупки – 13.12.2010, срок действия- бессрочноMicrosoft Office Professional Plus 2010,

№ лицензии – 60241713. дата покупки 13.04.2012. срок действия – бессрочно

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный, № лицензии
1AF2-000451-5712AA16, дата покупки – 21.03.2018, срок действия- 2 года.

Приложение 1.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся
Самостоятельная работа предусматривает:

1. подготовку к практическим занятиям, изучение необходимых разделов в конспектах, учебных пособиях и методических указаниях; работа со справочной литературой
2. самостоятельная работа в ходе аудиторных занятий предполагает: изучение и повторение теоретического материала по темам лекций (по конспектам и учебной литературе, методическим указаниям), выполнение индивидуальных творческих и исследовательских, аналитических работ.
3. самостоятельная работа под контролем преподавателя предполагает подготовку конспектов, работа с методической литературой, подготовка к тестированию в интерактивной форме.
4. внеаудиторная самостоятельная работа студентов предполагает подготовку к практическим занятиям, подготовку к контрольным работам, выполнение практических заданий, подготовку к тестированию в интерактивной форме; изучение необходимых разделов в конспектах, учебных пособиях и методических указаниях; работа со справочной литературой, работа с правовыми и законодательными актами; работу с электронными учебниками по дисциплине.

Задания для самостоятельной работы

Задание 1.

1. Опишите иерархию целей и стратегий компании, ее коммуникативных и маркетинговых стратегий общественного мнения.
2. На конкретном примере покажите роль общественного мнения как эффективного средства управления репутацией (имиджем) компании.
3. Что представляют собой целевые аудитории коммуникации компании.
4. Какова роль корпоративной философии в формировании культуры органа государственной власти/организации культурной среды (на выбор). Рассмотрите на конкретном примере роль общественного мнения в формировании культуры организации.
5. Роль общественного мнения в достижении эффективности внутренних коммуникаций. Как соотносятся имидж фирмы и внутренние корпоративные отношения.
6. Базовые ценности и «символы» какой российской корпорации Вам известны.
7. Какие средства общественного мнения вы считаете уместными использовать в отношениях с персоналом фирмы? С местными властями? С конкурентами? С деловым сообществом?

Задание 2.

1. Охарактеризуйте прямые и косвенные методы общественного мнения.
2. Какие способы и приемы инициирования собственной интерпретации фактов и событий вы знаете. Что такое «версия»?
3. Что представляет собой медиа-карта и для чего она составляется?
4. Какие задачи решает сегментация СМИ?
5. Что представляют собой основные правила общественного мнения?
6. Что предполагает создание «потока новостей» и «информационных поводов»? Кто такой «нюсмейкер»?
7. Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации.
8. В чем состоит задача подготовки материалов общественного мнения для СМИ?

Задание 3.

1. История создания политического общественного мнения.
2. Общественное мнение как форма коммуникационного политического пространства современности.
3. Использование технологий общественного мнения ведущими политиками Европы и России в своей профессиональной деятельности.
4. «Электронная демократия» и «электронное правительство»: особенности развития в России.
5. «Электронные выборы» и общественное мнение.

Приложение 2.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
ПК-2 Способен проектировать социологические и маркетинговые исследования		
ПК-2.1	Подготавливает проектное предложение по реализации фундаментального или прикладного социологического и маркетингового исследования	<p>Вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общественное мнение: этапы формирования. 2. Технологии и рынки мультимедиа в современном обществе. 3. Новейшие информационные технологии как фактор развития общества. 4. Интернет и демократизация информационных потоков и общественное мнение. 5. Государство и он-лайн-технологии: стратегии взаимодействия. 6. Информационная безопасность и развитие новейших мультимедиа. 7. Интернет и традиционные СМИ: особенности взаимодействия. 8. Роль Интернета и общественное мнение. 9. Роль Интернет в современном радиовещании. 10. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение. 11. Информационные войны: сущность, специфика, механизмы возникновения. 12. Стратегия и тактика менеджмента новостей в работе пресс-секретаря. 13. Персонализация и общественное мнение (по материалам масс-медиа). 14. Пропаганда, контрпропаганда и обратная связь в политической коммуникации. 15. Службы по связям с общественностью в органах государственного управления и бизнес-сфере: сравнительный анализ. 16. Новейшие коммуникационные технологии и их интеграция в деятельность современного предприятия. 17. Эффективные практики коммуникационного менеджмента. 18. Общественное мнение: особенности, технологии, тенденции . 19. Имидж организации: формирование и продвижение. 20. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		21. Формирование имиджа города (территории). 22. Имидж личности: формирование и восприятие. 23. Роль общественного мнения в повышении лояльности. 24. Роль общественного мнения в формировании корпоративной идентичности в современной организации. 25. Корпоративная социальная ответственность как инструмент формирования репутации . 26. Общественное мнение разрешения кризисных ситуаций. 27. Общественное мнение в позиционировании и продвижении способов решения социальной проблемы.
ПК-2.2	Разрабатывает программные и методические документы социологического и маркетингового исследования	Практические задания «Технологии производства информационных материалов взаимодействия со СМИ и использования Интернета в ходе формирования общественного мнения» 1. Что представляет собой создание «новостей»? Приведите примеры различных новостных составляющих одного события. 2. Охарактеризуйте жанровые особенности для различных СМИ: репортажи и интервью, заметки и отчеты; комментарии и очерки, другие жанры. 3. Какова специфика аудиовизуальных средств в PR –кампании? В чем специфика подготовки материалов для видео-нюс-релизов? 4. В чем состоят риски участие в популярных передачах? 5. Какова роль фотоиллюстрации в PR? 6. Сделайте подборку жанровых фотографий из деловых газет и журналов. Проанализируйте яркий пример. 7. Интернет . Что изменилось за последние 10 лет? 8. Найдите в Интернете страничку известной фирмы или государственного учреждения, проанализируйте ее содержание и направленность. 9. Каковы основные задачи мониторинг публикаций в прессе? 10. В чем состоит основная подготовка пресс-конференции ?

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		11. Опишите правила и порядок проведения пресс конференции? 12. Зачем осуществляется пресс-клиппинг? 13. В каких случаях целесообразно осуществлять конференции и презентации с участием журналистов? 14. Какие главные задачи организации пресс-туров? 15. Составьте следующие материалы для распространения в прессе от лица своей фирмы: пресс-релиз анонс; новостной пресс-релиз; бэкграундер; заявление; медиа-кит. 16. Определите жанры материалов, опубликованных в одном из деловых изданий: занимательная статья; именная или авторская статья; обзорная статья; интервью. 17. В каких случаях распространение слухов может служить эффективным средством распространения информации?
ПК-2.3	Согласовывает документацию, регламентирующую взаимодействие заказчика и исполнителя социологического и маркетингового исследования	Задание для практических занятий: 1. Изучить категориальный аппарат. 2. Доработать материалы лекции. 3. Повторить вопросы: 1. Конфликт и «тлеющий» кризис – повседневная реальность. 2. Комплексные циклы действий в конфликтной ситуации. Локальные приемы и механизмы управления конфликтами. 3. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий. 4. СМИ как медиа-политическая система. 5. СМИ с точки зрения их типологических особенностей и возможностей охвата целевых аудиторий. Радио. Печатные СМИ. Быть готовым к обсуждению этих вопросов
ПК-3 Способен описывать, объяснять, прогнозировать социальные явления и процессы на основе результатов социологических и маркетинговых исследований		
ПК-3.1	Анализирует и интерпретирует данные социологических и маркетинговых исследований	Проверочный тест 1. Авторство термина «паблик рилейшнз» принадлежит: А) американскому президенту Аврааму Линкольну;

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>Б) американскому президенту Томасу Джефферсону; В) американскому журналисту Айви Ли; Г) одному из первых ПР-профессионалов в Америке Эдварду Бернейзу.</p> <p>2. Укажите дату государственной регистрации профессии ПР-специалиста: А) 28 июля 1994г.; Б) 24 июня 2001г.; В) 21 августа 1998г.; Г) 28 июля 2004г.</p> <p>3. Какого подхода к определению ПР придерживался один из основателей этого вида деятельности Сэм Блэк? А) компромиссный; Б) прагматический; В) альтруистический; Г) коммуникационный.</p> <p>4. Что является целью паблик рилейшнз? А) контроль общественного мнения; Б) оптимизация информационных воздействий между субъектом и его целевыми группами; В) создание информационных поводов; Г) гармонизация взаимоотношений социального субъекта с его общественностью.</p> <p>5. Что является объектом связей с общественностью? А) общественное мнение; Б) социальные общности, организации и институты; В) информация; Г) социальные технологии.</p> <p>6. Public affairs – это: А) работа по связям с государственными учреждениями и общественными организациями;</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>Б) управление корпоративным имиджем; В) управление процессом адекватного восприятия аудиторией сообщения; Г) построение отношений со СМИ.</p> <p>7. В чем заключается сущностная основа различий управления в бизнесе и государственном секторе? А) в процессе принятия решений; Б) в содержании коммуникационной среды; В) в оценке эффективности управления; Г) в ресурсах.</p> <p>8. Наиболее эффективный статус ПР-службы в административной системе: А) вспомогательная служба администрации; Б) главенствующая служба администрации; В) равноправный участник принятия и реализации управленческих решений; Г) техническая служба администрации.</p> <p>9. Закончите фразу: «Самой эффективной является такая власть, которая получает...» А) наибольшую величину налогов и сборов; Б) свободное одобрение свободного человека; В) поддержку среднего класса; Г) наибольшее количество материалов в СМИ.</p> <p>10) Что из перечисленного является характерным для государственных ПР? А) внешний характер ответственности; Б) предпринимательский успех; В) равноправное партнерство; Г) внутренний характер ответственности.</p> <p>11. При каком американском президенте была создана первая служба коммуникации в Белом Доме? А) Томас Джефферсон; Б) Ричард Никсон;</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>В) Джеральд Форд; Г) Билл Клинтон.</p> <p>12. Главным принципом какой модели функционирования СМИ является тезис о том, что деятельность СМИ не должна приводить к подрыву существующей власти?</p> <p>А) советская модель; Б) либертианская модель; В) модель развивающихся стран; Г) авторитарная модель.</p>
ПК-3.2	<p>Разрабатывает предложения по постановке и решению управленческих задач на основе результатов социологического и маркетингового исследования, составляет и оформляет итоговые документы по результатам исследования</p>	<p>Контрольные вопросы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте прямые и косвенные методы общественного мнения. 2. Какие способы и приемы инициирования собственной интерпретации фактов и событий вы знаете. Что такое «версия»? 3. Что представляет собой медиа-карта и для чего она составляется? 4. Какие задачи решает сегментация СМИ? 5. Что представляют собой основные правила общественного мнения? 6. Что предполагает создание «потока новостей» и «информационных поводов»? Кто такой «нюсмейкер»? 7. Охарактеризуйте известные вам издания, освещающие события на потребительском рынке, подчеркните их тематические особенности и предпочтения в получении и использовании информации. 8. В чем состоит задача подготовки материалов общественного мнения для СМИ?
ПК-3.3	<p>Представляет результаты исследования различным аудиториям</p>	<p>Темы практического исследования</p> <p>Особенности связей с общественностью в государственных структурах. Реалии и перспективы развития государственного рынка ПР. Специфика работы Студенческого совета вуза. Правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		Правила подготовки и распространения пресс-релиза. Многотиражная газета как вид корпоративного документа. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий. Паблик рилейшнз: сущность понятия. Комплексное рассмотрение состояния и развития связей с общественностью в политической сфере . Сущность и условия использования связей с общественностью Как, исходя из понимания всех элементов коммуникативного процесса, восстановить доверие общественных групп к организации в кризисной ситуации Профессионализм специалиста по связям с общественностью

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания: Зачёт является формой итогового контроля знаний и умений студентов по данной дисциплине, полученных на лекциях, семинарах и в процессе самостоятельной работы. В период подготовки к зачёту студенты вновь обращаются к учебно- методическому материалу и закрепляют промежуточные знания. Подготовка студента к зачёту включает в себя три этапа: – самостоятельная работа в течение семестра; – непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачёту по темам курса; – подготовка к ответу на зачётные вопросы.

При подготовке к зачёту студентам целесообразно использовать материалы лекций, учебно-методические комплексы, нормативные документы, основную и дополнительную литературу. На зачет выносятся материалы в объёме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины. Зачёт проводится в устной форме. При проведении зачёта в устной форме ведущий преподаватель доводит до сведения студентов накануне зачётно-экзаменационной сессии вопросы, которые в соответствии их с перечнем, представленным в рабочей программе. Вопросы зачёта заблаговременно утверждаются заведующим кафедрой. Содержание вопросов должно относиться к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины. В аудитории, в которой проводится устный зачёт, одновременно может находиться не более шести студентов на одного преподавателя. На подготовку ответов на вопросы зачёта отводится 20 минут.

Результат устного зачёта выражается оценками «зачтено», «не зачтено»:

оценка «**зачтено**» выставляется, если студент показал при ответе на зачетные вопросы знание основных положений учебной дисциплины, допустил 13 отдельные погрешности и сумел устранить их с помощью преподавателя; знаком с основной литературой, рекомендованной рабочей

программой; способен дать оценку диагностическому обстоятельству; поставить социальный диагноз; разрабатывать индивидуальные программы по предоставлению социальных услуг и мероприятий по социальному сопровождению

оценка «**не зачтено**» выставляется, если при ответе на зачетные вопросы выявились существенные пробелы в знании основных положений учебной дисциплины, неумение студента даже с помощью преподавателя дать оценку обстоятельств, которые ухудшают или могут ухудшить условия жизнедеятельности граждан, определять индивидуальные потребности граждан с целью постановки социального диагноза и разрабатывать индивидуальные программы по предоставлению социальных услуг и мероприятий по социальному сопровождению.