

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС
Факультет политики и международных отношений
Кафедра политических наук и технологий

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических наук и
технологий
Протокол от «26» августа 2016 г. №8

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СМИ

(Б1.В.ДВ.2.2)

краткое наименование дисциплины – **Общ. мнение и СМИ**

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в

публичной и частной сферах»

квалификация выпускника: **Бакалавр**

форма обучения: **очная**

Год набора – 2017

Новосибирск, 2016

Автор – составитель:

к.и.н, доцент кафедры политических наук и технологий С. Ф. Некрасов

Заведующий кафедрой политических наук и технологий

к.и.н., доцент А. Ю. Малышев

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	7
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	16
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	19
6.1. Основная литература.....	19
6.2. Дополнительная литература.	Ошибка! Закладка не определена.
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	19
6.4. Нормативные правовые документы	21
6.5. Интернет-ресурсы.	21
6.6. Иные источники	21
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.2.2 «Общественное мнение и СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий	ПК-7.1.	Способность использовать социологические методы исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины «Общественное мнение и СМИ» у студентов должны быть:

Таблица 2.

Трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
осуществление исполнительских способностей в сфере планирования, подготовки и проведения коммуникативных кампаний и мероприятий в государственных и муниципальных предприятиях и учреждениях, в научных и образовательных организациях, в политических партиях, общественно-политических, некоммерческих и коммерческих организациях	ПК-7.1.	на уровне знаний: демонстрирует понимание и умения использовать социологические методы исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий
		на уровне умений: Владеет способностью использовать культурно-эстетическую и художественную компоненты при планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.2.2 «Общественное мнение и СМИ» составляет 3 зачетных единицы.

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 82 час. (20 час. лекций, 62 час. семинарских занятий), на самостоятельную работу обучающихся – 26 час.

Место дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.2.2 «Общественное мнение и СМИ» изучается студентами очной формы обучения на 1 курсе во 2 семестре.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости ¹ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			л	лр	пз	КСР		
<i>Очная форма обучения</i>								
Раздел 1	Теоретико-методологические основы исследования процесса производства общественного мнения	36	6		21		9	
Тема 1.1	Сущность общественного мнения	8	2		5		1	О
Тема 1.2	Функции общественного мнения	7	1		4		2	К
Тема 1.3	Объекты и предметы общественного мнения	7	1		4		2	Э
Тема 1.4	Динамика процесса формирования и выражения общественного мнения	7	1		4		2	Д
Тема 1.5	Функционирование общественного мнения в системе властных отношений	7	1		4		2	Т
Раздел 2	Основные элементы политических технологий производства общественного мнения	36	7		21		8	

¹ Формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КР), коллоквиум (К), эссе (Э), диспут (Д).

Тема 2.1	Виды политических технологий производства общественного мнения	6	1		3		2	К
Тема 2.2	Субъекты и объекты производства общественного мнения	5	1		3		1	Э
Тема 2.3	Средства и ресурсы производства общественного мнения	5	1		3		1	О
Тема 2.4	Процедуры и операции процесса создания общественного мнения	5	1		3		1	Т
Тема 2.5	Механизмы и стратегии производства общественного мнения	5	1		3		1	Д
Тема 2.6	Методы и приемы влияния на общественное мнение субъектов и объектов	5	1		3		1	О
Тема 2.7	Условия, факторы, цели и результаты продуцирования общественного мнения	5	1		3		1	Э
Раздел 3.	Особенности определения результативности производства общественного мнения средствами массовой информации	36	7		20		9	
Тема 3.1	Основы выявления эффективности и действенности функционирования СМИ	10	2		5		3	Д
Тема 3.2	Определение политических интересов субъектов и объектов и их влияния на целенаправленную деятельность средств массовой информации	9	2		5		2	О
Тема 3.3	Выявление воздействия СМИ на политическое сознание и поведение субъектов и объектов	9	2		5		2	Э
Тема 3.4	Методологические подходы к изучению результатов производства общественного мнения	8	1		5		2	КР
Промежуточная аттестация								Зачет
Всего:		108	20		62		26	ак.ч. – 108 з.е. – 3 ас.ч. - 81

Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы исследования процесса производства общественного мнения

Тема 1.1. Сущность общественного мнения

Методологические подходы к познанию сущности общественного мнения. Общественное мнение: сущность и основные свойства. Единство гносеологического и социологического подходов при анализе сущности общественного мнения. Общественное мнение как коллективное оценочное суждение. Общественное мнение как социально-политический институт. Процессуальный подход к определению сущности общественного мнения. Виды общественного мнения. Формируемое мнение субъекта. Опубликованное мнение субъекта. Познанное мнение объекта. Выраженное мнение объекта. Опубликованное мнение объекта. Выявленное мнение субъекта.

Тема 1.2. Функции общественного мнения

Закономерности функционирования общественного мнения. Основные виды функций общественного мнения в современном обществе. Функции формируемого и выражаемого общественного мнения (информационная, консультативная, директивная, контрольная, защитная, номенклатурная функции, а также функции социального целеполагания и легитимации). Функции познанного и выявленного общественного мнения (отражательная, аналитическая и оценочная функции). Функции опубликованного общественного мнения (информационная, пропагандистская, агитационная и организаторская функции). Функциональность и дисфункциональность общественного мнения, его явные и латентные функции.

Тема 1.3. Объекты и предметы общественного мнения

Объекты общественного мнения. Критерии выбора объектов для общественного мнения (наличие определенной проблемы, спорность, дискуссионность, информационная доступность явлений действительности, наличие политического интереса и активности общественности). Разновидности объектов общественного мнения. Социальные и несоциальные объекты. Объекты, относящиеся к материальной духовной сфере общества. Объекты, различающиеся по их масштабу. Объекты, существующие в различные периоды времени.

Предметы общественного мнения и их разновидности (события, явления, ситуации, процессы, закономерности, тенденции и пр.).

Тема 1.4. Динамика процесса формирования и выражения общественного мнения

Сущность политического процесса производства общественного мнения. Основные закономерности функционирования общественного мнения. Последовательность взаимодействия участников процесса производства

общественного мнения. Процессуальная модель стадий функционирования общественного мнения. Выявление основных стадий процесса производства, их последовательность и взаимообусловленность.

Динамика производства общественного мнения. Социальное пространство и время существования общественного мнения. Критерии определения границ существования мнения. Естественное и виртуальное пространство существования мнения. Модель последовательности этапов процесса производства общественного мнения. Жизненный цикл процесса производства общественного мнения: зарождение, формирование, функционирование, спад и отмирание. Основные движущие силы процесса формирования и выражения общественного мнения в современном обществе. Тенденции изменения общественного мнения.

Тема 1.5. Функционирование общественного мнения в системе властных отношений

Место и роль общественного мнения в политической системе современного общества. Общественное мнение и его институализация. Основные характеристики социального института общественного мнения. Общественное мнение как социальный институт в системе социальных институтов современного общества. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (политическими, социальными, экономическими, культурными и др.).

Общественное мнение в системе социального и государственного управления. Общественное мнение в качестве инструмента регулирования процессов в обществе. Общественное мнение в системе факторов демократических преобразований. Общественное мнение и власть: общая характеристика взаимодействия, механизмы, типы и режимы взаимодействия. Основные типы режимов взаимодействия общественного мнения и власти в современном обществе. Специфика режимов подавления общественного мнения властью, игнорирования властью общественного мнения, патерналистского отношения власти к общественному мнению и партнерства власти с общественным мнением. Структура и тенденции взаимодействия общественного мнения и власти. Общественное мнение и социальное развитие. Формы, средства и способы использования общественного мнения в социальном управлении.

Раздел 2. Основные элементы политических технологий производства общественного мнения

Тема 2.1. Виды политических технологий производства общественного мнения

Социально–технологический подход к формированию и выражению общественного мнения. Смысл и назначение технологий по оптимизации управления процессом производства общественного мнения. Алгоритм политических технологий производства общественного мнения. Виды

политических технологий: стратегическая (нацеленная на получение отдаленного результата), тактическая (предполагающая реализацию краткосрочных целей), спорадическая (применяемая единовременно) и циклическая (постоянно воспроизводящаяся в процессе деятельности субъекта). Конвенциональные (легальные) и неконвенциональные (нелегальные) технологии. Ограничения применения технологий по месту и времени. Состав структурных элементов политических технологий производства общественного мнения. Моделирование технологий производства общественного мнения.

Тема 2.2. Субъекты и объекты формирования и выражения общественного мнения

Участники политического процесса производства общественного мнения. Субъекты производства общественного мнения. Политические институты и лидеры в роли субъектов производства общественного мнения. Классификация субъектов общественного мнения.

Объекты производства общественного мнения. Классификация объектов. Толпа, публика и массы как объекты производства общественного мнения. Общественность как ключевая категория социологического анализа общественного мнения. Критерии отнесения различных социальных общностей к числу объектов общественного мнения.

Субъектно–объектные отношения при производстве общественного мнения. Типы взаимодействия субъектов и объектов в процессе производства общественного мнения.

Тема 2.3. Средства и ресурсы производства общественного мнения

Основные элементы и особенности функционирования системы средств производства общественного мнения. Характеристика СМИ как средства формирования и выражения общественного мнения. Место и роль СМИ в производстве общественного мнения. Значение СМИ на каждом этапе развития общественного мнения. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе. Общественное мнение и средства массовой информации: проблемы взаимодействия.

Информационные ресурсы формирования общественного мнения. Информационно-коммуникационные технологии создания, преобразования, передачи и потребления информационных ресурсов. Практическая неисчерпаемость информационных ресурсов. Борьба за доступ к медиаресурсам и установление контроля над ними.

Тема 2.4. Процедуры и операции создания общественного мнения

Модель последовательности процедур процесса производства общественного мнения. Процедурная модель процесса производства общественного мнения. Формирование общественного мнения субъектом.

Опубликование в СМИ общественного мнения субъекта. Познание общественного мнения объектом. Выражение общественного мнения объектом. Опубликование в СМИ общественного мнения объекта. Выявление общественного мнения субъектом.

Модель последовательности операций производства общественного мнения. Операциональная модель процесса производства общественного мнения. Отражение социальной действительности. Осознание полученной информации. Артикуляция отдельных мнений. Агрегация общественного мнения. Декларация (объективация) мнения.

Тема 2.5. Механизмы и стратегии производства общественного мнения

Возможности формирования общественного мнения: механизмы и стратегии. Механизмы производства общественного мнения – воспроизводство и самовоспроизводство. Воспроизводство общественного мнения посредством целенаправленных воздействий СМИ на субъект и объект. Стихийный характер механизма самовоспроизводства общественного мнения. Взаимодействие сознательно и стихийно сформированных мнений людей.

Основные стратегии производства общественного мнения: принуждение, манипулирование, конфронтация, компромисс, сотрудничество и безразличие. Разработка модели стратегии процесса производства общественного мнения.

Тема 2.6. Методы и приемы влияния на общественное мнение субъектов и объектов

Основные методы воздействия на общественное мнение. Методы формирования и выражения общественного мнения: убеждение, внушение, подражание, заражение и другие методы влияния на общественное мнение.

Основные приемы влияния на общественное мнение. Приемы «психологического давления». Приемы незаметного проникновения в сознание объекта психологического воздействия. Приемы, основанные на скрытом нарушении и искажении законов логики. Приемы манипулирования общественным мнением и способы его предупреждения. Возможности манипулирования общественным мнением посредством СМИ в современном обществе.

Тема 2.7. Условия, факторы, цели и результаты продуцирования общественного мнения

Политические, экономические, социальные, культурные условия и факторы формирования общественного мнения. Взаимосвязь условий и факторов в процессе производства общественного мнения. Основные условия формирования и выражения общественного мнения, потенциальные проблемы и препятствия. Макроусловия, мезоусловия и микроусловия.

Обусловленность появления общественного мнения конкретно– историческим состоянием общественного развития.

Факторы воздействия, способствующие созданию и проявлению общественного мнения. Объективные и субъективные факторы в формировании и выражении общественного мнения. Факторы, влияющие на функционирование общественного мнения в конкретном обществе. Факторы трансформации общественного мнения. Потребности и интересы как факторы формирования общественного мнения.

Цель производства общественного мнения. Формирование общественного мнения по целям их достижения. Общественное мнение – результат использования технологий производства мнений политических институтов и социальных общностей.

Раздел 3. Особенности определения результативности производства общественного мнения средствами массовой информации

Тема 3.1. Основы выявления эффективности и действенности функционирования СМИ

Результативность – характеристика социального процесса, выражающая отношение результата к преследовавшимся целям. Разновидности результативности деятельности СМИ: действенность и эффективность. Кумулятивный эффект как результат многократного и систематического воздействия на социальную общность средств массовой информации. Критерии оценки результативности воздействия СМИ. Зрелое общественное мнение как главный показатель результативности деятельности СМИ.

Тема 3.2. Определение политических интересов субъектов и объектов и их влияния на целенаправленную деятельность средств массовой информации

Политические потребности и интересы как движущая сила формирования и выражения общественного мнения. Зависимость интереса от потребностей участников социального процесса. Политический интерес. Информационный интерес. Читательский интерес. Интерес к политике. Процесс производства интереса. Операции и процедуры производства интереса. Согласование интересов власти и общественности. Общественное мнение – результат практической деятельности по удовлетворению политических и социальных интересов. Изучение интересов социальных групп посредством опросов общественного мнения.

Тема 3.3. Выявление воздействия СМИ на политическое сознание и поведение субъектов и объектов

Информационно-коммуникационные технологии воздействия СМИ на сознание и поведение. Политическое участие как осознанные политические действия субъектов политики. Характер и формы политического участия. Условия и факторы, влияющие на активность участия субъектов и объектов в

политических процессах. Поведенческие и вербальные формы выражения общественного мнения. Особенности выражения общественного мнения через СМИ. Массовое поведенческое проявление общественного мнения: митинги, забастовки, демонстрации, референдумы, плебисциты, лобби и группы давления. Общественное мнение и политическая активность субъектов и объектов. Политическое участие или неучастие – показатель эффективности воздействия СМИ на аудиторию.

Тема 3.4. Методологические подходы к изучению результатов производства общественного мнения

Взаимосвязь методологии и методики в социологических исследованиях общественного мнения. Методологические и методические требования к социологическому изучению общественного мнения. Изучение общественного мнения как цель социального управления и средство гармонизации отношений. Типология исследований общественного мнения. Особенности мониторинга и панельных исследований общественного мнения. Оперативные исследования и их возможности в изучении общественного мнения. Комплексные крупномасштабные исследования общественного мнения, включающие политические, экономические, культурные аспекты социальной жизни общества. Основные методы изучения общественного мнения (интервью, опрос, анкетирование, наблюдение, эксперимент, контент-анализ и др.). Зависимость методов исследования от сферы их приложения, структурных и содержательных характеристик субъектов и объектов. Сбор, обработка и анализ социологической информации.

Особенности организации локальных, региональных, национальных и международных исследований общественного мнения.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.2.2 «Общественное мнение и СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Таблица 4

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Типология как метод сравнительного изучения существенных признаков СМИ	
Тема 1.1.	Учредительские признаки СМИ	Устные ответы на вопросы

Тема 1.2.	Редакционные признаки изданий и программ	Коллоквиум
Тема 1.3.	Издательские и вещательные признаки СМИ	Написание эссе
Тема 1.4.	Аудиторные признаки изданий и программ	Тестирование
Раздел 2.	Типология средств массовой информации	
Тема 2.1.	Общественно-политические СМИ	Коллоквиум
Тема 2.2.	Деловые СМИ	Написание эссе
Тема 2.3.	Рекламные СМИ	Устные ответы на вопросы
Тема 2.4.	Научно-познавательные СМИ	Тестирование
Тема 2.5.	Литературно-художественные СМИ	Диспут
Тема 2.6.	Развлекательные СМИ	Устные ответы на вопросы
Тема 2.7.	Типологический анализ изданий и программ	Подготовка контрольной работы

Тема (раздел)		Методы текущего контроля успеваемости
Раздел 1.	Теоретико-методологические основы исследования процесса производства общественного мнения	
Тема 1.1.	Сущность общественного мнения	Устные ответы на вопросы
Тема 1.2.	Функции общественного мнения	Коллоквиум
Тема 1.3.	Объекты и предметы общественного мнения	Написание эссе
Тема 1.4.	Динамика процесса формирования и выражения общественного мнения	Диспут
Тема 1.5.	Функционирование общественного мнения в системе властных отношений	Тестирование
Раздел 2.	Основные элементы политических технологий производства общественного мнения	
Тема 2.1.	Виды политических технологий производства общественного мнения	Коллоквиум
Тема 2.2.	Субъекты и объекты производства общественного мнения	Написание эссе
Тема 2.3.	Средства и ресурсы производства общественного мнения	Устные ответы на вопросы
Тема 2.4.	Процедуры и операции процесса создания общественного мнения	Тестирование
Тема 2.5.	Механизмы и стратегии производства общественного мнения	Диспут
Тема 2.6.	Методы и приемы влияния на общественное мнение субъектов и объектов	Устные ответы на вопросы
Тема 2.7.	Условия, факторы, цели и результаты продуцирования общественного мнения	Написание эссе
Раздел 3.	Особенности определения результативности производства общественного мнения средствами массовой информации	
Тема 3.1.	Основы выявления эффективности и действенности функционирования СМИ	Диспут
Тема 3.2.	Определение политических интересов субъектов и	Устные ответы на

	объектов и их влияния на целенаправленную деятельность средств массовой информации	вопросы
Тема 3.3.	Выявление воздействия СМИ на политическое сознание и поведение субъектов и объектов	Написание эссе
Тема 3.4.	Методологические подходы к изучению результатов производства общественного мнения	Защита контрольной работы

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта на основе использования балльно-рейтинговой системы.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Полный перечень материалов текущего контроля находится на кафедре политических наук и технологий в папке УМК-Д.

Типовые темы коллоквиумов

1. Общественное мнение как фактор социализации молодежи.
2. СМИ и ПР-службы: формы и способы взаимодействия при продуцировании общественного мнения.

Типовые темы для написания контрольных работ

1. Понятие общественного мнения и его основные характеристики.
2. Динамика взаимодействия общественного мнения и СМИ.
3. Функции формирования и выражения общественного мнения.
4. Журналистика и формирование общественного мнения.
5. Роль СМИ в формировании и выражении общественного мнения.
6. Формирование и выражение общественного мнения средствами журналистики: методы, формы и жанры.
7. Журналист как лидер мнения.
8. СМИ в оценках и мнениях аудитории.
9. СМИ как инструмент влияния на общественное мнение.
10. Слухи и их влияние на формирование и функционирование общественного мнения.

Типовые вопросы для устных опросов

1. Каково понятие общественного мнения и его основные характеристики?
2. В чём заключается динамика взаимодействия общественного мнения и СМИ?
3. Каковы функции формирования и выражения общественного мнения?
4. Какова взаимосвязь журналистики и формирования общественного мнения?

Типовые темы эссе

1. Понятие общественного мнения и его основные характеристики.

2. Динамика взаимодействия общественного мнения и СМИ.
3. Функции формирования и выражения общественного мнения.
4. Журналистика и формирование общественного мнения.
5. Роль СМИ в формировании и выражении общественного мнения.
6. Формирование и выражение общественного мнения средствами журналистики: методы, формы и жанры.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-7	Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникативных кампаний и мероприятий	ПК-7.1.	Способность использовать социологические методы исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий

Таблица 6

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-7.1. Способность использовать социологические методы исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий.	Способен применять различные методы социологических исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий.	Демонстрирует уверенное знание методологии социологических исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий

Оценивание производится на основании балльно-рейтинговой системы (БРС).

Шкала оценивания

Таблица 7

Зачет	Критерии оценки
Незачтено (0-40)	Не демонстрирует уверенное знание методологии социологических исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий.
Зачтено (41-100)	Демонстрирует уверенное знание методологии социологических исследований для изучения общественного мнения и выбора целевой аудитории коммуникативных кампаний и мероприятий.

4.4. Методические материалы промежуточной аттестации

Методические материалы по процедуре оценивания обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта на основе балльно-рейтинговой системы. По итогам в ведомость выставляется оценка по шкале порядка: «незачтено» и «зачтено».

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации для обучающихся по очной форме обучения

Для наилучшего усвоения материала студент обязательно должен посещать все лекционные и семинарские занятия, что будет способствовать постепенному накоплению знаний, максимальному развитию умений и навыков. Кроме того, студент обязан выполнять все виды самостоятельной работы. При подготовке к семинарам студент готовит темы и вопросы, в том числе выносимые на самостоятельное изучение, при необходимости составляет конспект, тезисы доклада.

К каждой теме семинара студент готовит вопросы, раскрытие которых позволит передать ее содержание. Подготовка к аудиторным занятиям предполагает изучение текстов лекций, а также изданий, входящих в списки основной и дополнительной литературы. Проработку материалов лекций целесообразно осуществлять в течение 2 – 3-х дней после её проведения. С этой целью необходимо просмотреть записи и подчеркнуть заголовки и самые ценные положения разными цветами (применение разноцветных пометок делают важные положения более наглядными, и облегчают визуальное запоминание), внимательно изучить ключевые слова темы занятия. Отдельные темы курса предполагают дополнительную проработку материала, доработку лекций, составление конспектов. При подготовке к лекции-дискуссии преподаватель может рекомендовать обучающимся предварительное изучение материалов периодических изданий, а также подготовку примеров из практики.

Методические рекомендации при составлении конспекта статей, подготовке доклада

При подготовке докладов студентам рекомендуется пользоваться списками рекомендуемой литературы, а также информацией из интернет-источников. Цель выполнения докладов – выработка у студента опыта самостоятельного получения знаний по одной из проблем (тем) курса. Выполнение данного вида работы имеет большое значение: во-первых, она закрепляет и углубляет знания студентов по изучаемой дисциплине; во-вторых, приобщает студентов к самостоятельной творческой работе с профильной литературой, приучает находить в ней основные дискуссионные положения, относящиеся к рассматриваемой проблеме; подбирать, обрабатывать и анализировать конкретный материал и на его основе делать обоснованные выводы; в-третьих, студент учится последовательно и грамотно излагать свои мысли при анализе проблем, изложенных в научной литературе, связывать общие теоретические положения с конкретной действительностью; в-четвертых, студент приобретает опыт подготовки выступлений и докладов на семинарских занятиях, участия в дискуссиях и научно-практических конференциях. При подготовке доклада студент также готовит список вопросов по выбранной теме. Подготовленные вопросы могут быть использованы с целью экспресс-опроса студентов, слушающих доклад или как вариант проверки подготовки студента к занятию. Опрос может происходить как в устной, так и в письменной форме. Студент имеет право пользоваться подготовленным текстом доклада, но не читать его полностью. Рекомендовано использование мультимедийными презентациями при изложении материала.

Конспекты статей, параграфов и глав или полного текста книг оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Они не подменяются планами работ или полностью переписанным текстом: студент должен научиться отбирать основное. Конспект пишется в тетради с обозначением фамилии владельца. Обязательно указывается автор книги (статьи), место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта повышается, когда студент сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

Краткие методические рекомендации по написанию контрольной работы

Контрольная работа является видом текущего контроля знаний (компетенций) студентов. Контрольная работа – самостоятельная учебная работа, имеющая целью закрепление теоретического материала, выработку навыков научно-исследовательской работы, углубленное изучение вопроса, темы, раздела дисциплины и направленная на разработку авторской концепции исследуемого явления.

Контрольная работа выполняется в виде самостоятельного исследования по темам указанным в рабочей программе. Тема контрольной работы выбирается из рекомендованного списка или по предложению студента с согласия преподавателя дисциплины. Студент подбирает источники и

дополнительную литературу по выбранной теме, знакомится с источниками и литературой. Излагать тему следует, используя всю изученную литературу и документы. Нет необходимости дословно переписывать или сканировать текст. Изложение должно быть систематизированным, логичным и самостоятельным.

Порядок выполнения контрольной работы, как правило, включает:

- выбор темы контрольной работы;
- составление плана контрольной работы;
- поиск и изучение источников информации;
- подготовка и оформление текста контрольной работы;
- представление контрольной работы руководителю;
- защита контрольной работы.

Объем работы до 15-18 страниц компьютерного текста (лист формата А4, гарнитура Times New Roman, шрифт 14, полуторный интервал).

В работе должны быть представлены следующие разделы:

- содержание, отражающее структуру работы;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список (8-10 наименований).

При цитировании обязательны постраничные ссылки на использованную литературу с точным указанием автора, названия книги, места и года издания и страницы. Работа, не имеющая научного аппарата, возвращается автору для доработки.

В содержании отражается структура работы, перечисляются названия глав и параграфов с указанием страниц.

Структурными элементами введения являются: актуальность, обзор литературы, объект, предмет, территориальные рамки исследования, хронологические рамки, цель, задачи и источники.

Основная часть должна состоять из глав, разбитых на параграфы и при необходимости на пункты. Оптимальное число глав – от 2 до 3, число параграфов в каждой главе – не менее 2. Деление работы на главы и параграфы должно соответствовать логике изложения материала. Каждый параграф должен заканчиваться промежуточным выводом, в конце главы формулируется общий вывод.

Заключение представляет собой основные выводы и результаты, полученные в ходе проведения исследования. Заключение исследовательской работы необходимо тщательно проработать, опираясь на основной материал.

Библиографический список включает в себя список источников и список использованной литературы, который оформляется в соответствие с ГОСТ Р 7.0.5-2008.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Владимирова, М. Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] : монография / М. Б. Владимирова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2011. — 144 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83084>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

2. Борисова, Е. Г. Основы руморологии. Теория и практика управления слухами : учеб. пособие для магистратуры / Е. Г. Борисова, С. А. Василенко. - Москва : Флинта : Наука, 2014. - 129 с. — То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/62955>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана. 2

3. Ильина, Л. Придать форму общественному мнению [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. Ильина ; Оренбургский государственный университет. — Электрон. дан. — Оренбург : ОГУ, 2012. - 144 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». — Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259147>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

4. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам [Электронный ресурс] / Ислам Румин [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 296 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/43619>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.

5. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва : ЮНИТИ, 2010. - 431 с.— То же [Электронный ресурс].- Доступ из Унив. б-ки ONLINE. - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана. — То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/52573>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.

6.2. Дополнительная литература

1. Аксаков, И. С. Журналистика - выражение общественного мнения, а не какая-нибудь законодательная власть [Электронный ресурс] / И. С. Аксаков. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 4 с. — Доступ из ЭБС издательства «Лань». - Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/21533>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

2. Герасимов, В. М. Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] / В. М. Герасимов. — Электрон. дан. — Саратов : Вуз. образование, 2015. — 218 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/31701>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.
3. Забурдаева, Е. В. Политическая кампания. Стратегии и технологии : учебник / Е. В. Забурдаева. — Москва : Аспект Пресс, 2012.— 343 с. - То же [Электронный ресурс]. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа <http://www.iprbookshop.ru/8969>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.
4. Как управлять массовым сознанием. Современные модели [Электронный ресурс] : монография / В.А. Минаев [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Рос. новый ун-т, 2013.— 200 с. — Доступ из ЭБС «IPRbooks». - Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/21281>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). - Загл. с экрана.
5. Лопырева, Л. Д. Общественное мнение как фактор обратной связи в системе местного самоуправления [Электронный ресурс] / Л. Д. Лопырева. — Электрон. дан. — Москва : Лаборатория книги, 2010. - 119 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87521>, требуется авторизация (дата обращения : 09.09.2016). — Загл. с экрана.
6. Почепцов, Г. Революция.com. Основы протестной инженерии [Электронный ресурс] / Г. Почепцов. — Электрон. дан. — Москва : Европа, 2005. - 541 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90240>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана. —То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/11638>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.
7. Психологическое воздействие в межличностной и массовой коммуникации [Электронный ресурс] / Институт психологии, Российская академия наук ; отв. ред. А. Л. Журавлев, Н. Д. Павлова. — Электрон. дан. — Москва : Институт психологии РАН, 2014. - 400 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271662>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана. —То же [Электронный ресурс]. - Доступ из ЭБС «IPRbooks». — Режим доступа : <http://www.iprbookshop.ru/51945>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.
8. Тард, Г. Общественное мнение и толпа [Электронный ресурс] / Г. Тард. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2014. — 91 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/47049>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

9. Хвостов, В. М. Общественное мнение и политические партии [Электронный ресурс] / В. М. Хвостов. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 60 с. — Доступ из ЭБС изд-ва «Лань». — Режим доступа : <http://e.lanbook.com/book/35346>, требуется авторизация (дата обращения : 09.08.2016). — Загл. с экрана.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Некрасов С. Ф. Политическая результативность деятельности печатных СМИ: монография. – Новосибирск, 2013. – 192 с.
2. Вилков А. А., Некрасов С. Ф., Россошанский А. В. Политическая функциональность современных российских СМИ: монография. – Саратов, 2011. – 268 с.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Конституция Российской Федерации : принята всенарод. голосованием 12 дек. 1993 г. - М. : Эксмо, 2007. - 62 с.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации : части первая, вторая, третья, четвертая : по состоянию на 25 окт. 2009 г. : коммент. послед. изм. - М. : Юрайт, 2009. - 570 с. - (Правовая библиотека).
3. О средствах массовой информации : Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 : (с изм. от 11.07.2011) // Рос. газ. – 1992. – 8 февр.
4. О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации : Федер. закон от 13.01.1995 № 7-ФЗ : (с изм. от 12.05.2009) // Собр. законодательства РФ. – 1995. - № 3. - Ст. 170.
5. О рекламе: Федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ : (с изм. от 21.11.2011) // Собр. законодательства РФ. – 2006. - N 12. - Ст. 1232.
6. О связи : Федер. закон от 07.07.2003 № 126-ФЗ : (с изм. от 08.12.2011) // Собр. законодательства РФ. – 2003. - N 28. - Ст. 2895.
7. О государственной тайне : Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 : (с изм. от 08.11.2011) // Собр. законодательства РФ. – 1997. - № 41. - С. 8220-8235.
8. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации : утв. Президентом РФ 09.09.2000 N Пр-1895 // Рос. газ. – 2000. – 28 сент.

6.5. Интернет-ресурсы.

Электронные версии печатных изданий, радио- и телевизионных программ можно взять для анализа на сайтах Интернета:

1. <http://ng.ru/> – сайт издания «Независимая газета»;
2. <http://izvestia.ru/> – сайт газеты «Известия»;
3. <http://kp.ru/> – сайт газеты «Комсомольская правда»;
4. www.clickz.ru – сайт интернет-журнала «Clickz.ru»;
5. <http://www.russ.ru/> – сайт интернет-издания «Русский журнал»;
6. <http://magazines.russ.ru/> – сайт «Журнальный зал»;
7. <http://www.rbc.ru> – сайт РБК;

8. <http://www.strana.ru> – сайт «Strana.ru»;
9. <http://www.vesti.ru> – сайт «Vesti.ru»;
10. <http://www.interfax.ru> – сайт международной информационной группы «Интерфакс»;
11. <http://www.echo.msk.ru/> – сайт радиостанции «Эхо Москвы»;
12. <http://www.radiomayak.ru/> – сайт радиостанции "Маяк";
13. <http://www.ortv.ru/> – сайт телеканала «Первый»;
14. <http://russia.tv/> – сайт телеканала «Россия»/

6.6. Иные источники

1. Общественное мнение – 2013 [Электронный ресурс] : ежегодник / Аналитический центр Юрия Левады («Левада-Центр») ; сост. Н. Зоркая. — Электрон. дан. — Москва : Левада-Центр, 2013. - 252 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431079>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.
2. Общественное мнение – 2011 [Электронный ресурс] : ежегодник / Аналитический центр Юрия Левады («Левада-Центр») ; сост. Н. Зоркая. — Электрон. дан. — Москва : Левада-Центр, 2012. - 284 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431077>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.
3. Общественное мнение – 2012 [Электронный ресурс] : ежегодник / Аналитический центр Юрия Левады («Левада-Центр») ; сост. Н. Зоркая. — Электрон. дан. — Москва : Левада-Центр, 2012. - 284 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431078>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.
4. Общественное мнение – 2010 [Электронный ресурс] : ежегодник / Аналитический центр Юрия Левады («Левада-Центр») ; сост. Н. Зоркая. — Электрон. дан. — Москва : Левада-Центр, 2011. - 268 с. - Доступ из ЭБС «Унив. б-ка ONLINE». - Режим доступа : <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=431076>, требуется авторизация (дата обращения : 29.11.2016). — Загл. с экрана.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: экран, компьютер с подключением к локальной сети института, и выходом в Интернет, звуковой усилитель, антиподаватель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная.

Лаборатория личностного и профессионального развития: полиграф «Фемида», компьютер с подключением к локальной сети института и

выходом в Интернет, телевизор, колонки, DVD-проигрыватель, методические материалы (тесты, методики и т.п.), столы письменные, стулья, шкаф, трибуна настольная, стеллаж, доска аудиторная, ковровое покрытие; стекло для одностороннего просмотра для проведения фокус-групп.

Компьютерная лаборатория «Реклама и связи с общественностью»: компьютер с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, мультимедийный проектор, цифровые фотоаппараты, ноутбуки, справочная литература, стол аудиторный, стулья.

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа: столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Компьютерные классы: компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет, столы аудиторные, стулья, доски аудиторные.

Центр интернет-ресурсов: компьютеры с выходом в Интернет, автоматизированную библиотечную информационную систему и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Университетская Информационная Система РОССИЯ», «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Научная электронная библиотека eLIBRARY», «EBSCO», «SAGE Premier». Система федеральных образовательных порталов «Экономика. Социология. Менеджмент», «Юридическая Россия», Сервер органов государственной власти РФ, Сайт Сибирского Федерального округа и др. Экран, компьютер с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна, доска аудиторная. Наборы виртуального демонстрационного оборудования, наглядные учебные пособия.

Библиотека (имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет: компьютеры с подключением к локальной сети филиала и Интернет, Wi-Fi, столы аудиторные, стулья, Wi-Fi.

Специализированный кабинет для занятий с маломобильными группами (студенты с ограниченными возможностями здоровья): Экран, компьютеры с подключением к локальной сети института и выходом в Интернет, звуковой усилитель, мультимедийный проектор, столы аудиторные, стулья, трибуна настольная, доска аудиторная, офисные кресла.

Для изучения дисциплины необходим офисный пакет Microsoft Office, Интернет браузеры (Opera, Google Chrome), программы просмотра видео (Windows Media Player).