

Приложение к рабочей программе дисциплины
Технологии управления общественным мнением

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистерская программа: «Маркетинговые коммуникации в государственных и бизнес-структурах»

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Технологии управления общественным мнением

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	4/144
Цель изучения дисциплины	формирование у обучающихся современных теоретических концептуальных представлений о сущности управления общественным мнением, применении основных методов и приемов, используемых в практике управления общественным мнением, современных технологий подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний.
Содержание дисциплины	Тема 1 Общественное мнение как предмет социологического изучения Тема 2 Виды и формы массовой коммуникации Тема 3 Теории общественного мнения Тема 4 Методы изучения общественного мнения Тема 5 СМИ как основной выразитель общественного мнения Тема 6 Технология формирования общественного мнения. Тема 7 Технологии управления общественным мнением
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-2 ОПК-4 ОПК-5
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-2.1 Знает основные проблемы массовой коммуникации и современных СМИ, механизмы и закономерности их формирования и развития, основные теории и концепции, относящиеся к сфере информации, коммуникации и формирования общественного мнения ОПК-2.2 Проводит анализ основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. ОПК-4.1 Умеет организовать изучение потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. ОПК-4.2 Умеет выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, существенные характеристики целевой аудитории потребителей. ОПК-5.1 Имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в современном мире, знаком с принципиальными проблемами и актуальными тенденциями развития медиакоммуникационных систем, понимает их социально-экономические и политические последствия. ОПК-5.2 Знает основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующей деятельность СМИ, коммерческую деятельность, авторское право, гражданское законодательство Российской Федерации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. ОПК-5.3 Умеет устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью, издательствами, заинтересованными фирмами, государственными и общественными структурами, партиями и движениями.
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Современный медиатекст, Иностранный язык (профессиональный), Технологии рекламы и СО в различных сферах, Технологии управления общественным мнением. Преддипломная практика
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	экзамен