

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования
Должность: Ректор «Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»
Дата подписания: 24.10.2022 15:30:11
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технология управления общественным мнением

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью _____

Квалификация выпускника _____ Бакалавр _____

Направленность (профиль) _____ Реклама и связи с общественностью _____

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Технология управления общественным мнением» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

Тема 3. Формирование общественного мнения

Тема 4. Методы изучения общественного мнения.

Тема 5. СМИ как основной выразитель общественного мнения

Тема 6. Технологии управления общественным мнением

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт

Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. Установка и общественное мнение. Объект и субъект общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Потребности, ценности, ориентации, установки и оценки как механизмы порождения социального интереса. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология. Комплексность общественного мнения. Двойственность общественного мнения. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Общественное мнение как форма выражения социальной оценки.

Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации

Понятие и сущность массовой коммуникации. Теория массовой коммуникации (Х.Ортега-и-Гассет, Г.Лебон, Г.Маклюэн). Модели массовой коммуникации. Человеко-ориентированный подход (Вильям Гэмсона, Элизабет Ноэль-Нойман) и медиа-ориентированный подход (Герберт Маршал Маклюэн) к массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации.

Тема 3. Формирование общественного мнения

Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения. Виды

социологического управления общественным мнением. Этапы формирования общественного мнения. Технологии и методы формирования общественного мнения. Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения. Культурная политика как формирование полезных традиций. Механизмы моды. Элиты – автономные проводники политики. Работа специалиста по PR с чиновниками. Урегулирование интересов власти и общественного мнения. Требование действия - реакция общественного мнения. Личный интерес и мнение людей. Лидерство. Оценка истинности общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения: поддержка активных сторонников; привлечение нерешительных; нейтрализация оппозиции; ориентир на большинство; сильный лидер. Отношения корпоративных объединений как объект работы по связям с общественностью. Содержание общественных отношений. Необходимость проектирования аудиторных объединений. Значение корпоративных отношений в структуре общественного мнения. Технология сегментирования и позиционирования общественного мнения. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения. Защита информации при становлении общественного мнения. Участие аудиторий общественного мнения в защите информации. Дезориентация и дезинформация. Слухи. Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения. Технология убеждения и внушения в устном выступлении. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории. Методы психофизиологического управления аудиторией. Технология продуктивной дискуссии. Конструирование эффективного события для общественного мнения. Особенности организации и сферы применения дискуссионных, учебных форм и специальных событий. Общественное мнение и масс-медиа. Методика подготовки эффективных пресс-событий. Технология построения и технология управления новостями. Технологии использования общественного мнения

Тема 4. Методы изучения общественного мнения.

Методология изучения общественного мнения. Принципы изучения общественного мнения. Программа исследования общественного мнения. Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения. Особенности применения наблюдения и анализа документов как методов диагностики общественного мнения. Массовый опрос. Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения. Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос общественного мнения. Мониторинг изучения общественного мнения. Контент-анализ при изучении общественного мнения. Фокус-группа при исследовании общественного мнения. Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.

Тема 5. СМИ как основной выразитель общественного мнения

Понятие средств массовой информации. История развития СМИ. Виды СМИ: традиционные и нетрадиционные СМИ. Классификация СМИ. Свобода слова и общественное мнение. Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью. Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации. Критерии выбора средств массовой информации. Роль и возможности электронных средств массовой информации в формировании общественного мнения. Основные СМИ на российском медиарынке.

Способы мониторинга СМИ. Печатные СМИ. Электронные базы СМИ. Электронные СМИ и социальные сети. Бесплатные инструменты мониторинга социальных медиа. Платные

системы мониторинга социальных медиа. «Медиалогия» - российская система мониторинга СМИ. «Интегрум» - сервис мониторинга СМИ и соц.сетей. «Brand Analytics».

Тема 6. Технологии управления общественным мнением

Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание. Модульные и процедурные технологии управления общественным мнением. Массово-коммуникативное внушение. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею. Установки и стереотипы аудитории: формирование и изменения. Построение эффективной коммуникации. Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования. Агитация, пропаганда и контрпропаганда. Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения. Специальные мероприятия и их освещение в СМИ. Виды и организация технологий благотворительной деятельности. Имидж политических, финансовых, государственных и других организаций в системе общественного мнения. Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Общественное мнение как специфический социальный институт.

1. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения.
2. Объект и субъект общественного мнения.
3. Общественное мнение в структуре общественного сознания.
4. Основные этапы развития изучения общественного мнения.

Практическое задание 1. Дать характеристику основным уровням общественного мнения: теоретическому; обыденному; общественной психологии; идеологии. 2. Обосновать проблемы формирования общественного мнения на современном этапе развития общества (на примере России и др. стран).

Практическое занятие 2. Виды и формы массовой коммуникации.

1. Понятие массовой коммуникации
2. Виды и формы массовой коммуникации
3. На основе анализа подготовить таблицу с перечислением отличительных черт массовой коммуникации.
4. На конкретных примерах объяснить разницу между человеко- и медиа-ориентированным подходом.
5. Подготовить таблицу аудитории массовой коммуникации с разделением по сферам социального бытия (массовая коммуникация в политической, социальной, экономической, правовой, культурной сферах).

Практическое занятие 3 Методы изучения общественного мнения.

1. Методологии и принципы изучения общественного мнения.
2. Основные приемы и методы изучения общественного мнения.

Практическое задание: 1. Представить в таблице особенности, достоинства и недостатки методов изучения общественного мнения (опрос, наблюдение, контент-анализ, экспертной оценки, фокус групп, углубленного интервью и др.)

2. Написать программу проведения фокус групп: поставить цель, обосновать необходимое число групп и правила формирования групп, подготовить отборочный опросный лист

3. Провести количественный контент-анализ периодических печатных изданий и сети интернет по существующей социальной проблеме.

4. На основе отобранного материала провести качественный контент-анализ по существующей социальной проблеме.

Практическое занятие 4 СМИ как основной выразитель общественного мнения.

1. Понятие и функции СМИ. Классификации СМИ.

2. Развитие СМИ и современный российский медиарынок.

Практическое задание: 1. Представить в таблице классификацию СМИ с конкретными примерами. Определить особенности каждого вида СМИ (пресса, телевидение, радио и т.п.).

2. Сравнить структуру печатных и электронных СМИ. Выявить особенности и преимущества одного вида СМИ перед другим (разделить на плюсы и минусы).

3. Выбрать 2 печатных издания и сравнить их способы подачи информации.

4. Групповое задание. Необходимо разделиться на 3-4 группы. Выбрать периодическое печатное издание (газета), периодическое печатное издание (журнал), общественно-информационный телевизионный канал, общественно-развлекательный телевизионный канал, информационно-аналитический интернет сайт, общественно-информационное радио и сравнить виды информации и способы подачи информации в зависимости от: 1) вида СМИ, 2) типа СМИ, 3) принадлежности СМИ той или иной структуре.

Семинарские занятия

Семинарское занятие 1. Сущность и социальная природа общественного мнения, его основные характеристики.

1. Причины возникновения общественного мнения, его сущность как социального явления.

2. Основные свойства и характеристики общественного мнения.

3. Специфика проблем общественного мнения, изучаемых в социологии.

4. Роль общественного мнения в социально-экономической, в политической, в духовноидеологической сферах общества.

Семинарское занятие 2. Формирование общественного мнения и формы его выражения

1. Стадии зарождения, формирования и функционирования общественного мнения.

2. Факторы, влияющие на формирование и проявление общественного мнения.

3. Законы, управляющие формированием общественного мнения (Х.Кэнтрил).

4. Способы влияния на процесс формирования общественного мнения.

5. Роль социальных стереотипов в формировании общественного мнения.

6. Формы и характер проявления общественного мнения.

Семинарское занятие 3 . Закономерности формирования и функционирования общественного мнения

1. Понятия «закон», «закономерность», «социальная закономерность».

2. Закономерности функционирования общественного мнения. Закон единства и борьбы противоположностей в общественном мнении. Закон определяющей роли общественного бытия по отношению к общественному сознанию. Закон социальной детерминации общественного мнения. Закон обратного воздействия общественного мнения на общественное бытие, на экономические, социальные и политические отношения.

3. Динамические закономерности (цикличность в развитии, закономерность динамики субъекта общественного мнения, закономерность движения от диверсификации к укрупнению).

4. Функционально-институциональные закономерности (развитие общественного мнения от неинституционального статуса к институциональному и обратно, полифункциональность, единство стихийного и сознательного в формировании общественного мнения, зависимость

характера функционирования общественного мнения от политического режима и социальной ситуации, множественность каналов выражения общественного мнения, запаздывание общественного мнения по отношению к актуальному состоянию объекта).

Семинарское занятие 4. Общественное мнение и власть

1. Общественное мнение и социальная практика.
2. Общественное мнение как фактор политики и управления.
3. Власть, общественное мнение, гражданское общество, общая характеристика взаимодействия, типы и режимы взаимодействия.

Семинарское занятие 5. Общественное мнение и политика.

1. Специфика политики как социального явления. Внутренняя и внешняя политика, их особенности.
2. Реализм и либерализм в политике.
3. Политика и общественное мнение, их взаимосвязь и взаимовлияние.
4. Способы и методы влияния на общественное мнение в международной и внешней политике.
5. Технологии, опыт формирования и использования общественного мнения в социальной практике.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Как связаны между собой общественное мнение и индивидуальное сознание?
2. Верно ли, что общественное мнение «это совместное знание»?
3. Чем отличаются знания от мнений?
4. Каковы факторы формирования у личности своего мнения?
5. По мнению П. Бурдьё «общественное мнение не существует». Согласны ли Вы с позицией автора?
6. Перечислите функции массовой коммуникации.
7. Охарактеризуйте аудиторию массовой коммуникации.
8. Охарактеризуйте основные методы изучения общественного мнения.
9. Раскройте сущность анкетного опроса. В чем состоит его специфика по сравнению с другими видами опроса?
10. Раскройте сущность метода фокус групп. Каким образом осуществляется подготовка групповых интервью?
11. Назовите основные области применения метода экспертного оценивания.
12. Каковы смысл, содержание и задачи обработки данных?
13. Перечислите виды СМИ. Какая существует классификация и в чем особенность каждого вида?
14. Перечислите методы работы со СМИ и основные способы подачи информации.
15. Основные преимущества и недостатки электронных СМИ.
16. В чем особенность нетрадиционных медиа?

17. Основные требования к планированию кампании по связям с общественностью.
18. Критерии эффективности кампании по управлению общественным мнением.
19. Понятие фасилитации.
20. Значение брейн-сторминга при планировании кампаний.
21. Понятие стереотипа. Роль стереотипов в формировании общественного мнения.
22. Пропаганда и контрпропаганда в информационных кампаниях.
23. Благотворительная деятельность как вид специальных мероприятий в сфере связей с общественностью.
24. Возможности технологий создания имиджа организации.
25. Основные этапы процедуры «мозгового штурма».

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

| Индикаторы достижения компетенций | Планируемые результаты обучения |
|---|--|
| ИД-3 (ОПК-4). Выявляет (исследует) потребности общества и целевой аудитории | <i>знает</i> |
| | РО-1 ИД-3 (ОПК-4) принципы формирования общественного мнения и основные способы управления им; |
| | <i>умеет</i> РО-2 ИД-3 (ОПК-4) осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, грамотно реагировать на информационные потоки; |
| ИД-4 (ОПК-4). Понимает потребности общества и целевой аудитории, используя наработанные данные | <i>умеет</i> |
| | РО-1 ИД-4 (ОПК-4) управлять общественным мнением в информационном пространстве; |
| | <i>владеет</i> РО-2 ИД-4 (ОПК-4) методами изучения и управления потребительским спросом, методиками и способами организации коммуникационного процесса; |
| ИД-1 (ОПК-7). Оценивает эффекты своей профессиональной деятельности, опираясь на результаты исследований | <i>умеет</i> |
| | РО-1 ИД-1 (ОПК-7) разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; РО-2 ИД-1 (ОПК-7) применять полученные знания в практической деятельности, оценивать эффективность профессиональной деятельности; |

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Темы докладов (сообщений)

1. Общественное мнение как предмет современного научного знания.
2. Специфика проблем общественного мнения, изучаемых в социологии.
3. Потребности и современные проблемы изучения общественного мнения в России.
4. Основные аспекты анализа общественного мнения в классической социологии (О.Конт, М.Вебер, Э.Дюркгейм, П. Сорокин, Т.Парсонс и др.).
5. Антропологический подход к феномену общественного мнения (М.Мид).
Причины возникновения общественного мнения, его сущность как социального явления.
6. Основные свойства и характеристики общественного мнения.
7. Общественное мнение в системе культуры.
8. Общественное мнение как социальное отношение.
9. Гносеологический подход в трактовке общественного мнения.
10. Понятия «массовое» и общественного сознания.
11. Социально-психологические аспекты общественного мнения.
12. Онтологические характеристики общественного мнения.
13. Дискуссионные подходы к определению понятия «общественное мнение».
14. Стадии зарождения, формирования и функционирования общественного мнения.
15. Факторы, влияющие на формирование и проявление общественного мнения.
16. Законы, управляющие формированием общественного мнения (Х.Кэнтрил).
17. Способы влияния на процесс формирования общественного мнения.
18. Роль социальных стереотипов в формировании общественного мнения.
19. Формы и характер проявления общественного мнения.
20. Подходы к структуризации общественного мнения.
21. Основные виды функций общественного мнения в современном обществе.
22. Проблема субъекта в социологии.
23. Индивид, социальные группы, общество: их место и специфические роли в качестве субъектов общественного мнения.
24. Социальная база разнообразия мнений. Общественное мнение как источник информации о потребностях и интересах социальных субъектов.
25. Проблема монизма и плюрализма в общественном мнении, «большинства» и «меньшинства», количества и качества, единодушия и расхождений во мнениях.

26. Типология субъектов общественного мнения в социально дифференцированном обществе.
27. Понятие объекта общественного мнения.
28. Области социальной реальности и их конкретное отражение в общественном мнении.
29. Классификация объектов общественного мнения.
30. Свойство общественного мнения как социальной системы.
31. Соотношение между множественностью элементов, уровней, подсистем общественного мнения и многообразием связей между ними.
32. Декомпозиция, агрегирование и моделирование как методы преодоления гносеологической сложности в анализе общественного мнения.
33. Общественное мнение и концепция современности Э. Гидденса.
34. Определение понятия общественного мнения как социального института, его функции.
35. Социологический подход к анализу общественного мнения как социального института.
36. Функционирование общественного мнения как социального института и границы его управляемости.
37. Взаимодействие общественного мнения с другими социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными и другими).
38. Общественное мнение и социальная практика.
39. Общественное мнение как фактор политики и управления.
40. Власть, общественное мнение, гражданское общество, общая характеристика взаимодействия, типы и режимы взаимодействия.
41. Специфика и особенности организационных аспектов изучения общественного мнения.
42. Проблема создания банка данных о структуре и основных тенденциях функционирования общественного мнения.
43. Разработка и применение современных комплексных методик изучения общественного мнения.
44. Применение новых качественных междисциплинарных, психологических, социологических методов в исследовании общественного мнения.
45. Методы исследования общественного мнения в разных странах, в том числе в России.
46. Показатели измерения общественного мнения.
47. Динамические показатели общественного мнения и их характеристика.
48. Проблема информативности показателей общественного мнения.
49. Области использования общественного мнения.
50. Свобода манипулирования или свобода от манипуляций.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список экзаменационных вопросов

РО-1 ИД-3 (ОПК-4) знает принципы формирования общественного мнения и основные способы управления им;

1. Общественное мнение. Определение понятия.

2. Специфика проблем общественного мнения, изучаемого в социологии.
3. Место и роль общественного мнения в социокультурной системе современного общества.
4. Становление и развитие понятия общественного мнения.
5. Природа и сущность общественного мнения
6. Анализ соотношения понятий: индивидуальное, групповое, коллективное и общественное мнение.
7. Роль понятий: "сознание", "индивидуальное сознание", "общественное сознание" и "массовое сознание" в процессе формирования и функционирования общественного мнения.
8. Структура общественного мнения и формы выражения общественного мнения
9. Субъект общественного мнения. Дифференциация подходов в его определении.
10. Объект общественного мнения. Критерии и границы в его определении в социологической теории и исследованиях прикладного характера.
11. Проблема соотношения субъекта и объекта общественного мнения в классическом и субъектно-семантическом подходе.
12. Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения.
13. Культурная политика как формирование полезных традиций.
14. Механизмы моды.
15. PR-технологии как способ управления общественным мнением.
16. Этапы формирования общественного мнения: поддержка активных сторонников.
17. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения.
18. Слухи.
19. Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения.
20. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
21. Психология толпы и технологии управления ею.

РО-2 ИД-3 (ОПК-4) умеет осуществлять регулярный мониторинг существующих средств массовой информации, грамотно реагировать на информационные потоки;

22. Способы мониторинга СМИ.
23. Печатные СМИ.
24. Электронные базы СМИ.
25. Электронные СМИ и социальные сети.
26. Бесплатные инструменты мониторинга социальных медиа.
27. Платные системы мониторинга социальных медиа.
28. «Медиалогия» - российская система мониторинга СМИ.
29. «Интегрум» - сервис мониторинга СМИ и соц.сетей.
30. «Brand Analytics».

РО-1 ИД-4 (ОПК-4) умеет управлять общественным мнением в информационном пространстве;

31. Роль и значение общественного мнения в государственном и социальном управлении.

32. Общественное мнение и средства массовой информации и коммуникации.

33. Динамическая структура общественного мнения. Основные подходы к его структуризации в современной социологии.

34. Процесс формирования общественного мнения и механизм его функционирования.

35. Способы влияния на формирование и функционирование общественного мнения.

36. Концепция "спирали молчания" (Э. Ноэль-Нойман).

37. Характеристика функций общественного мнения. Традиционные подходы к их типологизации.

РО-2 ИД-4 (ОПК-4) владеет методами изучения и управления потребительским спросом, методиками и способами организации коммуникационного процесса;

38. Анализ потребностей, ценностей и интересов как движущих сил процесса формирования общественного мнения.

39. Основные проблемы построения и применения выборки в сфере изучения общественного мнения.

40. Методы изучения и измерения общественного мнения в социологии.

РО-1 ИД-1 (ОПК-7) умеет разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;

41. Общественное мнение и проблемы глобализации. Новые информационные и технические возможности изучения общественного мнения в социологии.

42. Методические проблемы совершенствования фундаментальных и прикладных исследований в социологии.

43. Характеристика свойств и показателей общественного мнения. Анализ проблемы информативности показателей общественного мнения.

44. Проблемы исследовательских процедур, техник, приемов сбора и обработки данных в эмпирических исследованиях общественного мнения.

45. Особенности построения комплексных методик изучения общественного мнения. Проблема их разработки и применения в современной социологии.

46. Качественные междисциплинарные и психологические методы в исследовании общественного мнения.

47. Инструментарий для исследования общественного мнения.

48. Анализ результатов исследования общественного мнения.

РО-2 ИД-1 (ОПК-7) применять полученные знания в практической деятельности, оценивать эффективность профессиональной деятельности;

49. Использование общественного мнения как управленческой социальной технологии.

50. Общественное мнение как объект деятельности в связях с общественностью.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен. Критерии выставления оценок

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«Отлично» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«Хорошо» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«Удовлетворительно» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«Неудовлетворительно» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. 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: <http://www.iprbookshop.ru/31701.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная:

1. 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: <http://www.iprbookshop.ru/66606.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

9. Лицензионное программное обеспечение

- Visual Studio Community 2017
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.