

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 22.11.2022 11:04:12

Университет: Майкопский

faa404d1aeb2a023b5f4a331ee5ddc540496512d

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и управления

Университет: Майкопский

Кафедра Маркетинга, сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Л.И. Задорожная

« ____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

Б1.В.ДВ.07.01 Технологии управления общественным мнением

по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

по профилю подготовки (специализации)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

квалификация (степень) выпускника

бакалавр

форма обучения

Очная, Заочная,

год начала подготовки

2022

Майкоп



Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана МГТУ по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Составитель рабочей программы:

старший научный сотрудник,
доц., канд. социол. наук
(должность, ученое звание, степень)

Подписано простой ЭП
21.09.2022
(подпись)

Панина Елена Александровна
(Ф.И.О.)

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры:

Маркетинга, сервиса и туризма
(название кафедры)

Заведующий кафедрой:
30.09.2022

Подписано простой ЭП
30.09.2022
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)

Согласовано:

Руководитель ОПОП
заведующий выпускающей
кафедрой
по направлению подготовки
(специальности)
30.09.2022

Подписано простой ЭП
30.09.2022
(подпись)

Кумпилова Анжелика
Руслановна
(Ф.И.О.)



1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью курса "Технологии управления общественным мнением" является освоение обучающимися основных теоретических и практических аспектов использования технологий управления общественным мнением. В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить современные теоретические концептуальные представления о сущности управления общественным мнением, основные методы и приемы, используемые в практике управления общественным мнением.



2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 и дает необходимые знания о сущности управления общественным мнением

Курс «Технологии управления общественным мнением» связан практически со всеми предыдущими дисциплинами, так как востребованность бакалавра по данному профилю на рынке труда, его конкурентоспособность в значительной степени зависят от наличия умения эффективно общаться, от знаний приемов и технологий воздействия на массовое сознание. В процессе изучения дисциплины «Технологии управления общественным мнением» обучающиеся используют знания, полученные при изучении таких дисциплин как «Современная пресс-служба», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Инновационные технологии в рекламе», «Стратегический маркетинг» и др. Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» является предшествующей для следующих дисциплин: "Мировые информационные ресурсы", а также профессионально-ознакомительной практики, профессионально-творческой и преддипломной практики.



3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

| | |
|----------|--|
| ПКУВ-5.2 | Участствует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. |
| ПКУВ-5.3 | Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами). |
| УК-4.1 | Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами |
| УК-4.2 | Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках. |
| УК-4.3 | Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках. |
| УК-4.4 | Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаясь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия. |



4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

| | | Формы контроля (количество) | Виды занятий | | | | | Итого часов | з.е. |
|--------|--------|-----------------------------|--------------|-----|------|-------|----------|-------------|------|
| | | | Эк | Лек | Пр | КРАТ | Контроль | | |
| Курс 4 | Сем. 7 | 1 | 17 | 34 | 0.35 | 35.65 | 57 | 144 | 4 |

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

| | | Формы контроля (количество) | Виды занятий | | | | | Итого часов | з.е. |
|--------|--------|-----------------------------|--------------|-----|------|------|----------|-------------|------|
| | | | Эк | Лек | Пр | КРАТ | Контроль | | |
| Курс 4 | Сем. 8 | 1 | 6 | 6 | 0.35 | 8.65 | 123 | 144 | 4 |



5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

| Сем | Раздел дисциплины | Недел я семе стра | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) | | | | | | | | Формы текущего/проме жуточной контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам) |
|-----|---|-------------------------|---|-----|-----------|-----|-------------|--------------|-----------|----|---|
| | | | Лек | Лаб | ПР | СРП | КРАТ | Контро ль | СР | СЗ | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 7 | Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт | | 3 | | 6 | | | | 10 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации | | 3 | | 6 | | | | 10 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Тема 3. Методы изучения общественного мнения | | 3 | | 6 | | | | 10 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения. | | 3 | | 6 | | | | 10 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Тема 5. Технологии управления общественным мнением. | | 3 | | 5 | | | | 10 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России. | | 2 | | 5 | | | | 7 | | Блиц-опрос Обсуждение докладов |
| | Промежуточная аттестация (экзамен) | | | | | | 0,35 | 35,65 | | | |
| | ИТОГО: | | 17 | | 34 | | 0.35 | 35.65 | 57 | | |

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

| Сем | Раздел дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) | | | | | | | |
|-----|---|---|-----|----------|-----|-------------|--------------|------------|----|
| | | Лек | Лаб | ПР | СРП | КРАТ | Контро ль | СР | СЗ |
| 1 | 2 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| | Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт | 2 | | 2 | | | | 20 | |
| | Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации | 2 | | 2 | | | | 20 | |
| | Тема 3. Методы изучения общественного мнения. | 2 | | 2 | | | | 20 | |
| | Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения. | | | | | | | 20 | |
| | Тема 5. Технологии управления общественным мнением. | | | | | | | 20 | |
| | Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России. | | | | | | | 23 | |
| | Промежуточная аттестация (экзамен) | | | | | 0,35 | 8,65 | | |
| | ИТОГО: | 6 | | 6 | | 0.35 | 8.65 | 123 | |

| Сем | Раздел дисциплины | Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах) | | | | | | | |
|-----|-------------------|--|-----|----|-----|------|----------|----|----|
| | | Лек | Лаб | ПР | СРП | КРАТ | Контроль | СР | СЗ |
| 1 | 2 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Технологии управления общественным мнением», образовательные технологии

Лекционный курс

| Сем | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы) | | | Содержание | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовательные технологии |
|-----|---|---------------------|-----|------|--|-----------------------------|--|----------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 7 | Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт | 3 | 2 | | Общественность и её мнение. Суть общественного мнения. Гносеологический анализ сущности общественного мнения. 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 | ПКУВ-5.2; УК-4.3; ПКУВ-5.3; | Знать: сущность и основные элементы содержания понятия "общественное мнение"; Уметь: правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития общественного мнения; Владеть: основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации. | , Лекция-беседа |
| | Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации | 3 | 2 | | Понятие и сущность массовой коммуникации. Теория массовой коммуникации. Функции средств массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации | ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2; | Знать: роль различных социальных акторов в процессе управления общественным мнением; Уметь: применять полученные знания в практической деятельности управления; Владеть: основными методами, способами и | , Лекция-беседа |

| Сем | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы) | | | Содержание | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовательные технологии |
|-----|--|---------------------|-----|------|---|-----------------------------------|--|----------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | | | | | | | средствами получения, хранения, переработки информации. | |
| | Тема 3. Методы изучения общественного мнения. | 3 | 2 | | <p>Методология изучения общественного мнения.</p> <p>Принципы изучения общественного мнения.</p> <p>Программа исследования общественного мнения.</p> <p>Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения.</p> <p>Особенности применения наблюдения и анализа документов как методов диагностики общественного мнения.</p> <p>Массовый опрос.</p> <p>Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения.</p> <p>Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос общественного мнения.</p> <p>Мониторинг изучения общественного мнения.</p> <p>Контентанализ при изучении общественного мнения. Фокус-группа при исследовании общественного мнения.</p> <p>Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.</p> | ПКУВ-5.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.4; | Знать: принципы формирования общественного мнения и основные способы управления им; Уметь: управлять общественным мнением в информационном пространстве; Владеть: методами изучения и управления потребительским спросом, методиками и способами организации коммуникационного процесса. | , Лекция-беседа |
| | Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения | 3 | | | <p>Понятие средств массовой информации. Виды СМИ: традиционные и нетрадиционные.</p> <p>Классификация СМИ.</p> <p>Свобода слова и</p> | ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.4; | Знать: роль различных социальных акторов в процессе управления общественным мнением; Уметь: осуществлять регулярный мониторинг | , Лекции-визуализации |

| Сем | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы) | | | Содержание | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовательные технологии |
|-----|---|---------------------|-----|------|---|---|---|----------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | | | | | общественное мнение. Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью. Основные СМИ на российском медиарынке. | | существующих средств массовой информации, грамотно реагировать на информационные потоки; Владеть: основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации. | |
| | Тема 5. Технологии управления общественным мнением | 3 | | | 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. | ПКУВ-5.2; УК-4.2; УК-4.4; | Знать: принципы формирования общественного мнения и основные способы управления им; Уметь: управлять общественным мнением в информационном пространстве; Владеть: разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий. | , Лекция-беседа |
| | Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России | 2 | | | Центры изучения общественного мнения. Рынок социологических исследований. Спрос на социологические исследования в России. Социологические и маркетинговые | ПКУВ-5.2; ПКУВ-5.3; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; | Знать: принципы формирования общественного мнения и основные способы управления им; Уметь: управлять общественным мнением в информационном | , Лекция-беседа |

| Сем | Наименование темы дисциплины | Трудоемкость (часы) | | | Содержание | Формируемые компетенции | Результаты освоения (знать, уметь, владеть) | Образовательные технологии |
|-----|------------------------------|---------------------|-----|------|--|-------------------------|--|----------------------------|
| | | ОФО | ЗФО | ОЗФО | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| | | | | | исследования: сходства и различия. Фонд «Общественное мнение». | | пространстве; Владеть: разрабатывать методологию исследования общественного мнения, проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий. | |
| | ИТОГО: | 17 | 6 | | | | | |

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

| Сем | № раздела дисциплины | Наименование практических занятий | Объем в часах | | |
|-----|---|--|---------------|----------|------|
| | | | ОФО | ЗФО | ОЗФО |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7 | Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт | 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. | 6 | 2 | |
| | 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) имедиа-ориентированный подход (Герберт Маршал Маклюэн) к массовой коммуникации.Функции средств массовой коммуникации. Аудитория массовой коммуникации. | 6 | 2 | |
| | Тема 3. Методы изучения общественного мнения | Методологии и принципы изучения общественного мнения. Основные приемы и методы изучения общественного мнения. 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. Занятие 3 1. Процедура контент-анализа в изучении общественного мнения. 2. Обработка результатов исследования общественного мнения. | 6 | 2 | |
| | Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения. | Понятие и функции СМИ. Классификации СМИ. 2. Развитие СМИ и современный российский медиарынок. Представить в таблице классификацию СМИ с конкретными примерами. Определить особенности каждого вида СМИ(пресса, телевидение, радио и т.п.). Сравнить структуру печатных и электронных СМИ. Выявить особенности и преимущества одного вида СМИ перед другим (разделить на плюсы и минусы). Выбрать 2 печатных издания и сравнить их способы подачи информации. 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. | 6 | | |
| | Тема 5. Технологии управления общественным мнением. | Модульные технологии управления общественным мнением. Процедурныетехнологии управления общественным мнением. Значение процедуры фасилитации в процессе планирования кампаний по управлению общественным мнением. Реклама, пропагандаи PR как базовые инструменты формирования общественного мнения. Манипуляцияобщественным сознанием. Специальные мероприятия в управленииобщественным мнением. Имидж субъектов информационного процесса в системеобщественного мнения. Определить базисные темыкампании по управлению общественным мнением методом мозгового штурма | 5 | | |
| | Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России. | Центры изучения общественного мнения. Рыноксоциологических исследований. Спрос на социологическиеисследования в России. Социологические и маркетинговыеисследования: сходства и различия. | 5 | | |
| | ИТОГО: | | 34 | 6 | |

| Сем | № раздела дисциплины | Наименование практических занятий | Объем в часах | | |
|-----|----------------------|-----------------------------------|---------------|-----|------|
| | | | ОФО | ЗФО | ОЗФО |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Симуляционные занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.6. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

Учебным планом не предусмотрено

5.7. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрены

5.8. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

| Сем | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения | Сроки выполнения | Объем в часах | | |
|-----|---|---|------------------|---------------|------------|------|
| | | | | ОФО | ЗФО | ОЗФО |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| | Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 1-2 | 9 | 20 | |
| | Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 3-4 | 9 | 20 | |
| | Тема 3. Методы изучения общественного мнения | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 5-6 | 9 | 20 | |
| | Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения. | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 7-9 | 9 | 20 | |
| | Тема 5. Технологии управления общественным мнением. | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 10-12 | 9 | 20 | |
| | Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России. | Составление плана-конспекта, подготовка доклада | 13-16 | 12 | 23 | |
| | ИТОГО: | | | 57 | 123 | |

5.9. Календарный график воспитательной работы по дисциплине

| Модуль | Дата, место проведения | Название мероприятия | Форма проведения мероприятия | Ответственный | Достижения обучающихся |
|--------|------------------------|----------------------|------------------------------|---------------|------------------------|
|--------|------------------------|----------------------|------------------------------|---------------|------------------------|

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Методические указания (собственные разработки)

| Название | Ссылка |
|---|---|
| Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очно | http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/foi2?BASE=000001&FIELD=0022&ACTION0=%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%BE&DATA0=%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F+%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9&Knopka=%D0%9D%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8 |

6.2. Литература для самостоятельной работ

| Название | Ссылка |
|---|--|
| Зарубин, В. Г. Основы социологии и политологии : учебное пособие для СПО / В. Г. Зарубин, В. А. Семенов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 220 с. — ISBN 978-5-4488-0946-0, 978-5-4497-0775-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — | URL: https://www.iprbookshop.ru/101737.html |
| Дзялошинский, И. М. Культура массовых коммуникаций : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 688 с. — ISBN 978-5-4497-1298-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — | URL: https://www.iprbookshop.ru/109257.html |
| Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование:). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - дата обращения: 17.06.2022). - Режим доступа: по подписке. | URL: https://znanium.com/catalog/product/1069342 (|
| Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] : Монография / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 224 с. - ISBN 978-5-394-02415-3. - Текст : электронный. - | URL: https://znanium.com/catalog/product/514169 |
| Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | URL: https://urait.ru/bcode/493657 (дата обращения: 05.07.2022). |
| Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494693 | URL: https://urait.ru/bcode/494693 |
| Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11847-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | 493495 (дата обращения_ 05.07.2022)_ |
| Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11845-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | 493440 (дата обращения_ 05.07.2022)_ |



Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану) | | | Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы |
|---|-----|------|---|
| ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. | | | |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 1 | 1 | | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью |
| 5 | 6 | | Инновационные технологии в рекламе |
| 67 | 67 | | Стратегический маркетинг |
| 7 | 7 | | Предпринимательство в сфере рекламы и PR |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 8 | 9 | | Коммуникация с людьми с различными нарушениями здоровья |
| 5 | 56 | | Модуль получения квалификации "Агент коммерческий" |
| 5 | 5 | | Организация продвижения продукции |
| 5 | 6 | | Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий" |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского искусства |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |
| 7 | 8 | | Мировые информационные ресурсы |
| ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами). | | | |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |
| 7 | 8 | | Мировые информационные ресурсы |
| 1 | 1 | | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью |
| 67 | 67 | | Стратегический маркетинг |
| 7 | 7 | | Предпринимательство в сфере рекламы и PR |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 5 | 56 | | Модуль получения квалификации "Агент коммерческий" |
| 5 | 5 | | Организация продвижения продукции |
| 5 | 6 | | Квалификационный экзамен по модулю "Агент коммерческий" |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского |



| Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану) | | | Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы |
|--|-----|------|---|
| ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| | | | искусства |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |
| УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами | | | |
| 1 | 1 | | Русский язык и культура речи |
| 123 | 123 | | Иностранный язык |
| 2 | 2 | | Адыгейский язык |
| 12 | 12 | | Основы теории коммуникации |
| 7 | 7 | | Иностранный язык профессионального общения |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского искусства |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |
| УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках. | | | |
| 1 | 1 | | Русский язык и культура речи |
| 2 | 2 | | Адыгейский язык |
| 12 | 12 | | Основы теории коммуникации |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского искусства |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |
| УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках. | | | |
| 1 | 1 | | Русский язык и культура речи |
| 123 | 123 | | Иностранный язык |
| 2 | 2 | | Адыгейский язык |
| 12 | 12 | | Основы теории коммуникации |
| 7 | 7 | | Иностранный язык профессионального общения |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского искусства |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |



| Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану) | | | Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы |
|--|-----|------|---|
| ОФО | ЗФО | ОЗФО | |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |
| УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия. | | | |
| 1 | 1 | | Русский язык и культура речи |
| 2 | 2 | | Адыгейский язык |
| 12 | 12 | | Основы теории коммуникации |
| 8 | 9 | | Современная пресс-служба |
| 3 | 5 | | Тренинг делового общения |
| 3 | 5 | | Тренинг ораторского искусства |
| 7 | 8 | | Технологии управления общественным мнением |
| 7 | 8 | | Социология массовых коммуникаций |
| 2 | 2 | | Профессионально-ознакомительная практика |
| 8 | 9 | | Преддипломная практика |
| 46 | 46 | | Профессионально-творческая практика |

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|--|--|-------------------|--|---------------------------------------|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | | | | | |
| УК-4.1 Выбирает коммуникативно приемлемые формы делового общения на государственном и иностранном языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами | | | | | |
| Знать: - основные законы языка, понятия культуры и этики речи; функциональные стили современного языка; стили делового общения; вербальные и невербальные средства коммуникации; - нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; вербальные и невербальные средства профессионально-делового взаимодействия; принципы | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | тестовые задания, экзамен |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| <p>построения публичной речи, ведения дискуссий и круглых столов.</p> <p>Уметь: - вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; - выбирать языковые средства, уместные для конкретной коммуникативной ситуации.</p> | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| <p>Владеть: - современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками вербальной и невербальной коммуникации в профессиональной области. - навыками передачи связных аргументированных высказываний; навыками построения высказывания с учетом литературных норм и коммуникативной ситуации; навыками использования коммуникативно приемлемых стилей делового общения и представления своей точки зрения в ходе публичных выступлений.</p> | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| <p>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> | | | | | |
| <p>УК-4.2 Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.</p> | | | | | |
| Знать: основные понятия культуры | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие | Сформированные систематические | тестовые задания, экзамен |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; информационно-коммуникационные технологии; | | | отдельные пробелы знания | знания | |
| Уметь: вести поиск необходимой деловой информации для решения стандартных коммуникативных задач; использовать знание языковых норм; | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| Владеть: навыками решения стандартных коммуникативных задач; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | | | | | |
| УК-4.3 Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках. | | | | | |
| Знать: - основы составления, оформления и редактирования научных и официально-деловых текстов, особенности коммуникативных стратегий и тактик в деловой сфере профессиональной деятельности; особенности стилистики официальных и неофициальных писем; социокультурные различия в формате корреспонденции; - правила организации личной и деловой письменной коммуникации; речевой этикет, отражающий особенности культуры страны изучаемого языка | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | тестовые задания, экзамен |
| Уметь: - | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, | Сформированные | |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| определять природу, структуру и основные элементы деловой коммуникации, соблюдать стилистические и языковые нормы в официально-деловом письменном тексте, строить, оформлять и редактировать основные официально-деловые тексты, анализировать коммуникативные стратегии и тактики в деловой сфере профессиональной деятельности;- осуществлять обмен деловой корреспонденцией на иностранном языке с учетом языковых норм и социокультурных различий. | | | допускаются небольшие ошибки | умения | |
| Владеть: - навыками использования современных принципов деловой коммуникации в профессиональной деятельности; стилистическими и языковыми нормами официально-делового стиля.- навыками организации письменной иноязычной речи; навыками употребления функционально дифференцированных языковых средств в соответствии с конкретными коммуникативными целями. | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | | | | | |
| УК-4.4 Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия. | | | | | |
| Знать: этические нормы | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие | Сформированные систематические | тестовые задания, экзамен |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| языка; понятия «речевое взаимодействие», «диалогическое общение» для сотрудничества в академической коммуникации общения; особенности ораторского искусства; | | | отдельные пробелы знания | знания | |
| Уметь: осуществлять коммуникацию без искажения смысла при письменном и устном общении; вести диалогическую и монологическую речь с использованием наиболее употребительных лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях официального и неофициального общения с учетом специфики тем коммуникаций; | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| Владеть: различными речевыми формами: описание, сообщение, разъяснение, рассуждение; этическими нормами языка; формами группового общения: беседа, интервью; богатым словарным запасом на основе проработанных текстов и прочитанных произведений. | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |
| ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | | | | | |
| ПКУВ-5.2 Участвует в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. | | | | | |
| Знать: основы планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику, принципы, | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | тестовые задания, экзамен |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|--|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы PR-менеджера в организациях различного типа; | | | | | |
| Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; практически использовать методологию социологического анализа при планировании коммуникационных кампаний и мероприятий; измерять эффекты и эффективность коммуникации в рамках специальных мероприятий; | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |
| Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|--|--|-------------------|--|---------------------------------------|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| коммуникационных задач коммерческих структур; навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий с учетом результатом социологических исследований | | | | | |
| ПКУВ-5: Способен разрабатывать концепции продвижения товаров и услуг, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами) | | | | | |
| ПКУВ-5.3 Осуществляет ведение деловых переговоров, устанавливает деловые отношения с партнерами (клиентами). | | | | | |
| Знать: основные понятия культуры и этики речи; нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи; функциональные стили современного языка; основы ораторского искусства и особенности аргументации; стили делового общения; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представлению информации; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность. | Фрагментарные знания | Неполные знания | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания | Сформированные систематические знания | тестовые задания, экзамен |
| Уметь: ввести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке; использовать знание языковых | Частичные умения | Неполные умения | Умения полные, допускаются небольшие ошибки | Сформированные умения | |



| Планируемые результаты освоения компетенции | Критерии оценивания результатов обучения | | | | Наименование оценочного средства |
|---|--|--------------------------------------|--|---|----------------------------------|
| | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | отлично | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| норм, знания о коммуникативных качествах речи в межличностном общении и профессиональной деятельности; составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договора. | | | | | |
| Владеть: современными информационно-коммуникативными средствами в процессе общения; навыками коммуникации в профессиональной области; методами совершенствования навыков грамотного письма и говорения. навыками межличностного делового общения на русском и иностранном (ых) языках, с применением профессиональных языковых форм, средств и современных коммуникативных технологий; навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; навыками составления и заключения договора на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказания иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ | Частичное владение навыками | Несистематическое применение навыков | В систематическом применении навыков допускаются пробелы | Успешное и систематическое применение навыков | |

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки



Вопросы к экзамену

1. Социологические теории и общественное мнение.
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. Общественное мнение: определение понятия, его природы, сущности и основного содержания.
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. Понятие общественного мнения как социальной системы.
13. Общественное мнение как социальный институт. Анализ его взаимодействия с другими социальными институтами современного общества.
14. Роль и значение общественного мнения в государственном и социальном управлении. 15. Общественное мнение и средства массовой информации и коммуникации.
16. Динамическая структура общественного мнения. Основные подходы к его структуризации в современной социологии.



17. Процесс формирования общественного мнения и механизм его функционирования.
18. Способы влияния на формирование и функционирование общественного мнения.
19. Концепция «спирали молчания» (Э. Ноэль-Нойман).
20. Характеристика функций общественного мнения. Традиционные подходы к их типологизации.
21. Анализ потребностей, ценностей и интересов как движущих сил процесса формирования общественного мнения.
22. Основные проблемы построения и применения выборки в сфере изучения общественного мнения.
23. Методы изучения и измерения общественного мнения в социологии.
24. Общественное мнение и проблемы глобализации. Новые информационные и технические возможности изучения общественного мнения в социологии.
25. Методические проблемы совершенствования фундаментальных и прикладных исследований в социологии.
26. Характеристика свойств и показателей общественного мнения. Анализ проблемы информативности показателей общественного мнения.
27. Проблемы исследовательских процедур, техник, приёмов сбора и обработки данных в эмпирических исследованиях общественного мнения.
28. Особенности построения комплексных методик изучения общественного мнения. Проблема их разработки и применения в современной социологии.
29. Использование общественного мнения как управленческой социальной технологии.
30. Качественные междисциплинарные и психологические методы в исследовании общественного мнения.

Итоговый тест

Кому принадлежит первый опыт манипулирования общественным мнением?

· рабовладельцам



- духовенству

- феодалам

- буржуазии

Какой критерий не входит в три критерия общественного мнения?

- общественный интерес

- дискуссионность

- компетентность

- многозначность

Какая функция общественного мнения является наиболее распространённой? · директивная

- консультативная

- оценочная

- регулятивная

Какая стадия не является составляющей динамической структуры общественного мнения?

- зарождение

- функционирование

- контролирование

- отмирание

Какой элемент не включается в понятие средств массовой информации?

- радио

- телевидение



- мобильная связь

- печать

Какому американскому изданию принадлежит первый опыт регулярного проведения исследований общественного мнения?

- «The New York Herald»

- «The Columbus Dispatch»

- «The Literary Digest»

- «The Fortune Survey»

Кто из перечисленных исследователей не относится к общепризнанному понятию «отцы основатели» современной практики изучения общественного мнения?

- Дж. Гэллаг

- Э. Роупер

- А. Кроссли

- Э. Хурья

Какой признак не является характерным для типичного опроса по методике Дж. Гэллага?

- использование стандартных опросников и личное интервьюирование респондентов по месту жительства

- «открытый» тип вопросов

- общенациональный характер

- случайный или квотный характер выборки

Какую величину выборки в исследовании общественного мнения Дж. Гэллаг считал наиболее оптимальной при проведении общенационального опроса населения США?

- более 5 тыс. человек



- 4-5 тыс. человек
- 2-3 тыс. человек
- 1-2 тыс. человек

Как называется методика, разработанная Дж. Гэллапом, что используется при построении инструментария для опроса общественного мнения?

- «многомерный бланк»
- «пятимерный план»
- «пошаговый подход»
- «мозговой штурм»

11. Кто является автором методики демоскопии?

- А. Кроссли
- П. Бурдые
- Э. Ноэль-Нойман
- Т. И. Заславская

Какой метод изучения общественного мнения при массовых опросах является наиболее распространённым сегодня?

- почтовый опрос
- телефонный опрос
- глубинное интервью
- фокус-группа

Какой тест не входит в классические тесты, проведённые Э. Ноэль-Нойман для выявления особенностей поведения избирателей на выборах?



- «железнодорожный тест»
- «спираль молчания»
- «политическая зависимость»
- «сдвиг последней минуты»

Что такое «омнибусное исследование»?

- Это, как правило, опрос качественными методами, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, что представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются исследовательской компанией самостоятельно.
- Это, как правило, количественный опрос, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, которые представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются исследовательской компанией самостоятельно.
- Это, как правило, количественный опрос, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в нём могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, которые представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются заказчиками.
- Это, как правило, опрос качественными методами, проводящийся исследовательской компанией за свой счёт, в котором могут принять участие несколько различных заинтересованных заказчиков, оплатив включение только тех вопросов, что представляют непосредственный интерес именно для них. Сроки проведения исследования, генеральная совокупность, объём и процедура проведения выборки определяются заказчиками.

Как принято называть стандартный документ, по которому интервьюер задает вопросы респонденту в ходе проведения исследования общественного мнения?

- гайд
- тест
- анкета
- список



Без какого технологического этапа невозможно проведение исследования общественного мнения?

- этап кодировки открытых вопросов
- этап презентации результатов исследования
- этап сбора первичных данных (опрос)
- этап рассылки документов

В каком издании была опубликована статья П. Бурдьё «Общественное мнение не существует»?

- Социология власти
- Социология политики
- Социология общественного мнения
- Социология выборов

Какая из перечисленных организаций профессионально не занимается изучением общественного мнения?

- ВЦИОМ
- РОМИР
- ФОМ
- ДОСААФ

Как называется явление, согласно которому индивид или группа индивидов скрывает своё истинное мнение, боясь оказаться в социальной изоляции? · эффект «попутчика»

- эффект «прицепного вагона»
- «спираль молчания»
- «групповая солидарность»



На какой стадии индивидуальные и групповые мнения приобретают качество общественного?

- зарождения
- формирования
- функционирования
- отмирания

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее 50%;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

| Критерии выставления оценок при проведении экзамена: | |
|---|--|
| | : |
| «отлично» | Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает |



| | |
|-----------------------|--|
| | принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок. |
| «хорошо» | Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий. |
| «удовлетворительно» | Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий. |
| «неудовлетворительно» | Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы |



8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

| Название | Ссылка |
|---|--|
| Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08047-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | URL: https://urait.ru/bcode/493657 (дата обращения: 05.07.2022). |
| Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование:). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - дата обращения: 17.06.2022). - Режим доступа: по подписке. | URL: https://znanium.com/catalog/product/1069342 (|
| Кажанов, О. А. Социологические проблемы изучения общественного мнения : учебное пособие для вузов / О. А. Кажанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09757-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494693 | URL: https://urait.ru/bcode/494693 |

8.2. Дополнительная литература

| Название | Ссылка |
|---|---|
| Учебно-методическое пособие по подготовке к семинарским и практическим занятиям и организации самостоятельной работы студентами IV курса очно | http://lib.mkgtu.ru:8004/catalog/fo12?BASE=000001&FIELD=0022&ACTION0=%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%BE&DATA0=%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F+%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9&Knopka=%D0%9D%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B8 |
| Дзялошинский, И. М. Культура массовых коммуникаций : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 688 с. — ISBN 978-5-4497-1298-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — | URL: https://www.iprbookshop.ru/109257.html |
| Евдокимов, В. А. Массмедиа в социокультурном пространстве : учебное пособие / В.А. Евдокимов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование:). - ISBN 978-5-16-006932-6. - Текст : электронный. - дата обращения: 17.06.2022). - Режим доступа: по подписке. | URL: https://znanium.com/catalog/product/1069342 (|
| Герасимов, В.М. Общественное мнение: ценности и оценки электорального поведения [Электронный ресурс] : Монография / В. М. Герасимов, К. А. Иваненко. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 224 с. - ISBN 978-5-394-02415-3. - Текст : электронный. - | URL: https://znanium.com/catalog/product/514169 |
| Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 2. Научные опросы общественного мнения : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11847-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | 493495 (дата обращения_ 05.07.2022)_ |
| Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11845-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — | 493440 (дата обращения_ 05.07.2022)_ |



8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно-издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - - URL: <http://znaniy.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. <http://znaniy.com/catalog/IPRBooks>. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html> Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/eLIBRARY.RU> : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya>



9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

| Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов | Методы обучения | Способы (формы) обучения | Средства обучения | Формируемые компетенции/ трудовые функции |
|--|--|--|--|--|
| Тема 1. Общественное мнение как специфический социальный институт. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |
| Тема 2. Виды и формы массовой коммуникации. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |
| Тема 3. Методы изучения общественного мнения. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 |

| | | | | |
|---|--|--|--|--|
| | умений навыков | систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | | УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |
| Тема 4. СМИ как основной выразитель общественного мнения. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |
| Тема 5. Технологии управления общественным мнением. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |
| Тема 6. Центры изучения общественного мнения в России. | Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков | Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний) | Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия | УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-4.3 ПКУВ-5.2 ПКУВ-5.3 |

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

| Название |
|---|
| 7-Zip Свободная лицензия |
| Adobe Reader DC Свободная лицензия |
| Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401 |
| Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |
| Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

| Название |
|--|
| Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znanium.com/catalog/ |
| IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html |
| Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/ |
| eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp |
| CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/ |
| Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya |
| ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный |



| Название |
|---|
| портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - 2006. - URL: https://www.alladvertising.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© "ПИП-холдинг") : сайт - 1999. - URL: http://www.advertology.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. - URL: https://www.sostav.ru/ . Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. https://adindustry.ru/ |

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

| Название |
|--|
| Znaniy.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znaniy.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. http://znaniy.com/catalog/ |
| IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html |
| Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://neb.pf/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ... В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://neb.pf/ |
| eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp |
| CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/ |
| Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. /index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya |
| ИНДУСТРИЯ РЕКЛАМЫ - ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЙ ПОРТАЛ - https://adindustry.ru/ Информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности: справочные документы, тематические статьи, обзор ситуации на рынке рекламы, российский и международный опыт, исследования, стандарты, персоны, организации, ресурсы. Всё для изучения и развития рекламного дела. Рекламный рейтинг: Лучшие рекламные агентства России 2021-2022 : сайт - |



Название

2006. – URL: <https://www.alladvertising.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Портал о рекламе Advertology.Ru - все о рекламе, маркетинге и PR (© 'РИП-холдинг') : сайт - 1999. – URL: <http://www.advertology.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. Sostav.ru - новости рекламы и маркетинга (© Sostav.ru) : сайт - 1998. – URL: <https://www.sostav.ru/>. Режим доступа: свободный. Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. - 2021. – URL: <http://www.consultant.ru/about/>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <https://adindustry.ru/>



11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

| Наименования специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|---|---|--|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (5-5-16) | Учебная мебель на 54 посадочных места, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран) | 7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401 Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типов (5-5-21) | Учебная мебель на 28 посадочных мест, доска, мультимедийное оборудование (проектор, экран) | 7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401 Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |
| Помещения для самостоятельной работы (1-Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ») | Мебель на 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест, специализированная мебель (стулья, столы, шкафы, шкафы выставочные), мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксерокс) | 7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401 Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |
| Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования (1-318) | Технические средства обучения, служащие для предоставления учебной информации большой аудитории | 7-Zip Свободная лицензия Adobe Reader DC Свободная лицензия Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401 Операционная система Windows Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 Офисный пакет Microsoft office 2016 Договор от 26.05.2020 № 32009117096 Договор от 17.01.2019 № 31908696765 |

