

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Абдрахманов Данияр Мавлямович
Должность: ректор ГБОУ ВО "БАГСУ"
Дата подписания: 09.11.2021 10:20:14
Уникальный программный идентификатор:
6caf317d71a2c7d2f749ed2578795b666901352dd

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан»

Кафедра политологии, социологии и философии

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Общественное мнение в системе государственного
и муниципального управления
Б1.В.ОД.8

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль)
Политическое управление

Форма обучения
заочная

Уфа 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ОД.8 Общественное мнение в системе государственного и муниципального управления/сост.: Камалова Г.Р., Лаврентьев С.Н. - Уфа: ГБОУ ВО «БАГСУ», 2020.

Рабочая программа предназначена для обучающихся заочной формы обучения направления подготовки 38.04.04 Государственное и муниципальное управление

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры политологии, социологии и философии протокол № 6 от 15.02.2020 г.

@ Камалова Г.Р., Лаврентьев
С.Н.,2020
@ ГБОУ ВО «БАГСУ», 2020

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины	
2 Требования к результатам обучения по дисциплине	
3 Структура и содержание дисциплины.....	
3.1 Структура дисциплины	
3.2 Содержание разделов дисциплины.....	
3.3 Практические занятия (семинары).....	
3.4 Курсовой проект (курсовая работа).....	
4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины	
4.1 Основная литература	
4.2 Дополнительная литература	
4.3 Периодические издания	
4.4 Интернет-ресурсы.....	
4.5 Методические указания к практическим занятиям (семинарам).....	
4.6 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы	
4.7 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий.....	
5 Материально-техническое обеспечение дисциплины	
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины.....	
Приложения:	
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины: формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений; заложить основы теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации; объяснить информационные процессы в обществе, дать понимание моделей организационных и коммуникационных связей с внутренней и внешней средой; ознакомить с современными технологиями взаимодействия организаций различного типа со средствами массовой информации; вооружить методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области общественных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

Задачи:

- получение знаний, навыков и умений, необходимых для анализа и самостоятельного выявления главных тенденций и перспектив развития, понимания места и роли технологий манипулирования общественным мнением в современном мире в различных областях человеческой жизнедеятельности.
- рассмотрение технологий манипулирования и тактики реагирования в условиях информационного противостояния.

2 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОК-1	способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	<u>Знать:</u> - историю возникновения и развития технологий манипулирования общественным мнением; - общенаучные и специальные методы исследований общества и отдельных акторов; <u>Уметь:</u> - ориентироваться в классических и современных теориях, применять их аналитические ресурсы к анализу современных социокультурных явлений; - принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; - осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; <u>Владеть:</u> - методологическим инструментарием, навыками критического восприятия информации, рефлексивным подходом к изучению феноменов общественного мнения;

		- навыками организации и проведения мероприятий по повышению имиджа организации.
ПК-11	способность осуществлять верификацию и структуризацию информации, получаемой из разных источников	<p>Знать: -основные теоретические подходы к пониманию феномена общественного мнения.</p> <p>Уметь: - осуществлять верификацию и структурировать получаемую информации из разных источников; - планировать и организовывать коммуникационные кампании и мероприятия; - оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p> <p>Владеть: - навыками организации и участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.</p>

3 Структура и содержание дисциплины

3.1 Структура дисциплины

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108
Контактная работа:	14	14
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Промежуточная аттестация (зачет)	4	4
Самостоятельная работа:	90	90
- выполнение заданий;	10	10
- самостоятельное изучение разделов;	20	20
- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);	20	20
- подготовка к практическим занятиям;	10	10
- подготовка к тестированию;	20	20
- подготовка к зачету.	10	10
Вид итогового контроля	зачет	зачет

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		всего	аудиторная работа		внеауд. работа
			Л	ПЗ	
1	Общественное мнение как предмет изучения	14	2		12
2	Теории общественного мнения	14		2	12
3	Общественное мнение как социальный институт	12	2		10
4	Формирование общественного мнения	13		1	12
5	Манипуляция в массовых информационных процессах	11	-	1	10
6	Медийные технологии информационной манипуляции	12	-	2	10
7	Защита от манипуляции	14		2	12
8	Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний	14		2	12
	Зачет	4	-	-	-
	Итого:	108	4	10	90

Практические занятия

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2	Теории общественного мнения	2
2	4,5	Формирование общественного мнения. Манипуляция в массовых информационных процессах	2
3	6	Медийные технологии информационной манипуляции	2
4	7	Защита от манипуляции	2
5	8	Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний	2
		Итого:	10

3.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Общественное мнение как предмет изучения

Общественность и ее мнение. Связи с общественностью и общественное мнение. Сущность общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как целостное духовно-деятельностное образование.

Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология. Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина. Взаимосвязанность уровней общественного мнения.

Объект и субъект общественного мнения. Ключевые характеристики общественного мнения. Объекты общественного мнения: многозначность толкования и безусловность оценочных суждений. Распространенность мнения, его компетентность. Общественное мнение и социальная установка. Информация и общественное настроение. Изучение общественного мнения. Разведывательное исследование (пилотажное, зондажное).

Наиболее доступный метод сбора информации (анкетный опрос или интервью). Экспресс-опрос выявления общественного мнения по определенной проблеме или факту (зондаж общественного мнения). Выявление степени эффективности проведенных мероприятий.

Описательное исследование. Аналитическое исследование – углубленный вид социологического исследования.

Тема 2. Теории общественного мнения

Концепции общественного мнения в европейской философской мысли.

Марксистско-ленинская концепция общественного мнения. Теория общественного мнения У. Липмана. Теория общественного мнения Э. Ноэль-Нойман. Теория общественного мнения П. Бурдьё. Общественное мнение в работах российских исследователей (К. Уледов, Б.А. Грушин, Р.А. Сафаров, В.М. Герасимов, Д.П. Гавра, С.Г. Кара-Мурза и др.).

Тема 3. Общественное мнение как социальный институт

Общественное мнение и общество. Общественное мнение как «социальная власть». Функции общественного мнения: оценочная, познавательная, адаптационная, функция культуронаследования, целеполагающая, консультативная, управленческая. Общественное мнение как институт гражданского общества. Свобода слова и общественное мнение. Власть и общественное мнение. Административные способы ограничения свободы слова. Борьба за цензурную инициативу. Типы средств массовой информации и их влияние на общественное мнение. События и изменение общественного мнения. Стабильность мнения, перспективность. Интересы и общественное мнение. Неструктурированность. Мнения меньшинства. Лидер общественного мнения, доверие, критика, ответственность, нетерпимость.

Тема 4. 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 5. Манипуляция в массовых информационных процессах

Особенности психологических манипуляций в массовых информационных процессах. Основные формы массового информационно-психологического воздействия.

Информационные кампании и акции. Виды и типы информационных кампаний. Общая модель воздействия в информационной кампании. Психологические войны. Цели и средства психологической войны. Основания психологической войны. Логика психологической войны. Коммуникативные составляющие психологической операции. Инструментарий психологических операций.

Тема 6. Медийные технологии информационной манипуляции

«Повестка дня» как совокупность наиболее значимых политических вопросов, выстроенных в порядке приоритетности, требующих своего решения и вынесенных на публичное обсуждение. Медийная повестка дня как совокупность тем и информационных поводов, вызывающих доминирующие и преобладающие очаги возбуждения информационного пространства в их приоритетности для аудитории на данный момент времени. Технологии формирования повестки дня: выборочный подбор информации, метод объективного подхода, информационный шум, использование слухов, утечки секретной информации и др.

Технологии дезинформации и обмана. Искажение информации. Утаивание информации. Использование ложной информации. Методы «зонтик», «воронка», «колесо», «замена», «заслонка» и т.п.

Тема 7. Защита от манипуляции

СМИ как объект манипуляции. Власть, бизнес, некоммерческие организации как субъекты манипулирования СМИ. Формы давления на журналистов. Манифестации «общественности». Аудитория: новые требования к содержанию. Политические технологии как форма управления содержанием СМИ. Методы «вскрытия» манипулятивных приемов. Индикаторы манипуляции. Техники получения необходимой информации. Определение установки собеседника на борьбу или на сотрудничество. Защита от манипуляции. Виды и механизмы защит. Межличностные и внутриличностные защиты. Специфические и неспецифические защиты. Базовые защитные установки. Конформизм, нонконформизм и внеконформизм. Укрепление защитного арсенала. Приемы конструктивной защиты. Предотвращение собственных неконструктивных реакций на манипуляцию. Обратная связь как способ противостояния чужому влиянию. Способы выхода из негативных состояний, вызванных чужим влиянием.

Тема 8. Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний

Сущность и специфика поведения: социологический подход. Организация выборных компаний. Избирательные технологии. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Общественное мнение в предвыборной кампании.

Предвыборная работа с элитами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральными аудиториями.

PR в политике. PR и пресса. Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.

Идея, воплощенная в слогане. Образ врага общественного мнения. Сравнение эффективности предвыборных действий. Система маркетинговых коммуникаций, политических технологий, менеджмента.

Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения. Теоретико-методологические основы социальных технологий. Технологии использования общественного мнения.

3.3 Курсовой проект (курсовая работа)

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Основная литература

1. Бунов, Е. Г. Общественное мнение в управлении социальными процессами : монография / Е.Г. Бунов, Е.В. Тихонова. — Москва : ИНФРА-М,

2021. — 166 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1157111. - ISBN 978-5-16-016465-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1157111>

2. 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>

3. Козырев, Г. И. Социология общественного мнения учебное пособие / Г.И. Козырев. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 224 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0607-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966547>

4. Тихонова, Е. В. Социология общественного мнения : учебник / Е.В. Тихонова, Е.Г. Бунов. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 274 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24742. - ISBN 978-5-16-012631-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/924697>

4.2 Дополнительная литература

1. Алентьева, Т. В. Роль общественного мнения в «джексоновскую эпоху» в США : монография / Т.В. Алентьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 356 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5d4d1982beaae9.65139544. - ISBN 978-5-16-014690-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/999880>

2. Алентьева, Т. В. Из истории американской журналистики. Феномен «New York Tribune» и общественное мнение в США (1841—1861 гг.) : монография / Т.В. Алентьева. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1213790. - ISBN 978-5-16-016674-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213790>

4.3 Периодические издания

1. «Альманах Лаборатория рекламы, маркетинга и Public Relations»: научно-практический журнал//– Режим доступа: <http://prosmi.ru/catalog/1887>

2. Журнал «Пресс-служба»//– Режим доступа: <http://www.press-service.ru>

3. Журнал «Служба PR»// – Режим доступа: <http://panor.ru/magazines/sluzhba-pr.html>

4. Журнал «Связи с общественностью в государственных структурах» //– Режим доступа: <http://gospr.ru>

5. Журнал «Со-общение» //– Режим доступа: <http://www.soob.ru/>

6. Журнал «Корпоративная имиджеология»//– Режим доступа: <http://www.ci-journal.ru>

7. Журнал «Рекламные технологии»/ – Режим доступа: <http://www.rectech.ru>
8. Журнал Verbum» //– Режим доступа: <http://вербум.рф>
9. PR в России: практический журнал//– Режим доступа: <http://www.prjournal.ru>
10. Электронный научный журнал «Медиаскоп» //– Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12>

4.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Президента Российской Федерации- Режим доступа: <http://kremlin.ru/>
2. Официальный портал Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://government.ru/>
3. Официальный сайт Председателя Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: <http://premier.gov.ru/>
4. Официальный сайт Главы Республики Башкортостан. – Режим доступа: <https://glavarb.ru/rus/>
5. Официальный сайт Правительства Республики Башкортостан. - Режим доступа: <https://pravitelstvorb.ru/>
6. Официальный сайт Главы Республики Башкортостан. – Режим доступа: <https://glavarb.ru/rus/>
7. Официальный сайт Правительства Республики Башкортостан. - Режим доступа: <https://pravitelstvorb.ru/>

5.5 Методические указания к практическим занятиям

Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением обучающимися учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у обучающихся профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются обучающимся заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа обучающихся по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления обучающихся, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

5.6 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

Самостоятельная работа обучающегося является основным средством овладения учебным материалом в период, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок.

5.7 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

В образовательном процессе применяются аудитории 310ц.

Аудитория 310ц.

Приложение: Microsoft Office 2010 Standart (договор поставки программного обеспечения № 303-ПО/2011 от 19.07.2011 г. (ООО "Абсолют-Информ"). Кол-во лицензий: 11 шт.)

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные и практические занятия будут проходить в специализированных аудиториях, которые оборудованы необходимым информационным обеспечением.

Аудитория 310ц.

Ноутбук Acer Aspire A315-21-64EZ – 1 шт.

Проектор EPSON EB-530 – 1 шт.

Доска маркерно - магнитная – 1 шт.

25 посадочных места.

К рабочей программе прилагаются:

- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.
- Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине (модулю), который разрабатывается в виде отдельного документа;