

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)**

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью



Тулупов В.В.  
26.05.2022

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.27 Управление общественным мнением и СМИ**

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

**1. Код и наименование направления подготовки:**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**2. Профиль подготовки:** Реклама и связи с общественностью в СМИ

**3. Квалификация выпускника:** бакалавр

**4. Форма обучения:** очная

**5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:**

Кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна

**6. Составитель программы:**

Дыкин Роман Вячеславович, кандидат филологических наук

**7. Рекомендована:**

протоколом НМС факультета журналистики №8 от 19.05.2022

**8. Учебный год:** 2025-2026

**Семестр:** 7

**9. Цели и задачи учебной дисциплины:**

Цель изучения учебной дисциплины – сформировать целостное представление об управлении общественным мнением посредством методов и технологий связей с общественностью.

Комплексный характер предмета данной дисциплины предполагает решение следующих задач: 1) изучение природы общественного мнения, его структуры и функций; 2) исследование методов и технологий связей с общественностью (СО), применяемых с целью формирования общественного мнения (ОМ);

3) анализ эффективности способов формирования ОМ в СО;

4) рассмотрение вопросов этичности применения методов, воздействующих на мнение большинства, манипулирование ОМ;

5) развитие навыков стратегического планирования в СО, управления новостным потоком (проектный подход).

**10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:**

Учебная дисциплина «Управление общественным мнением и СМИ» относится к Профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного

стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат 62) и входит в обязательную часть этого цикла.

Общественное мнение на всех этапах деятельности в СО является не только репутационным ресурсом, критерием эффективности выбранной стратегии взаимодействия с целевыми аудиториями, но и источником новых знаний о них, стимулирующих выбор соответствующих стратегий и подходов в СО. Курс «Управление общественным мнением» посвящен комплексному анализу методов и технологий СО, направленных на формирование ОМ.

**11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):**

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
УК-2.4	Формулирует конкретную, специфическую, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	<p>Знать: типовые цели коммуникационных кампаний и методы их достижения;</p> <p>Уметь: планировать и реализовывать программу коммуникаций, используя наиболее эффективные методы управления общественным мнением с учётом целевой аудитории и сложившихся обстоятельств;</p> <p>Иметь навыки: подготовки регламентирующих документов коммуникационных программ, а также оценки эффективности конкретных сообщений, риторических и контрриторических приёмов коммуникационных кампаний.</p>
УК-2.6	Оценивает эффективность результатов проекта	<p>Знать: методы оценки эффективности коммуникационных кампаний;</p> <p>Уметь: определять адекватный метод оценки эффективности коммуникационной кампании исходя из поставленных целей и задач;</p> <p>Иметь навык: разработки инструментария исследований по изучению общественного мнения.</p>

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом – 72 часа / 2 ЗЕТ. Форма текущей аттестации:** ситуационные задачи, практическое задание. **Форма промежуточной аттестации – зачёт.**

**13. Виды учебной работы:**

Вид учебной работы	Трудоемкость (часы)		
	Всего	По семестрам	
		№ сем.	
Аудиторные занятия:	<b>32</b>	7	
в том числе: лекции	16	7	
практические	16	7	
Самостоятельная работа	<b>40</b>	7	
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – _____ час.)	<b>0</b>	7	
<b>Итого:</b>	<b>72</b>		

**13. 1 Содержание разделов дисциплины:**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
<b>1. Лекции</b>			
1.1	Общественное мнение (ОМ): сущность явления, структура и классификации	История формирования и изучения ОМ. Структура ОМ. Основные характеристики ОМ. Этапы формирования и функции ОМ.	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
1.2	Менеджмент новостей в системе коммуникаций СО	Понятие «новость», особенности понимания в сфере СО. Этапы менеджмента новостей. Механизм управления новостной информацией. Приемы конструирования новостной информации. Массовая коммуникация в системе общественных связей. Правила взаимодействия со СМИ. Принципы отношений с журналистами. Организационные структуры по связям со СМИ. Пресс-служба и пресс-секретарь. Мероприятия с участием журналистов. Продвижение новостей в СО.	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
1.3	Негативные технологии в процессе управления ОМ	Негативные технологии в СО: сущность понятия, классификации, общая характеристика. Формы манипулирования общественным мнением в разных сферах общественной деятельности. Слухи: механизмы порождения и распространения, классификация слухов. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>

		условиях организационного кризиса. Стратегии противодействия манипуляционным техникам.	
1.4	Способы изучения ОМ в СО	Измерение ОМ как критерий эффективности работы отдела по связям с общественностью. Виды исследований, применяемых в СО для изучения ОМ. Анализ и прогнозирование изменений ОМ.	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
<b>2. Практические</b>			
2.1	Общественное мнение (ОМ): сущность явления, структура и классификации	Как история развития системы массовой информации связана с историей формирования общественного мнения. Какие ключевые характеристики общественного мнения важны для специалиста по СО. На каком этапе развития общественного мнения оно легче всего поддается управлению методами СО. Какие существуют другие этапы.	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
2.2	Менеджмент новостей в системе коммуникаций СО	В чем состоит главная цель ньюсмейкинга. Как менеджмент новостей помогает решать коммуникационные проблемы в организации. Привести примеры. Чем отличаются понятия «инфоповод» и «новость». Какие принципы в работе с журналистами являются основополагающими. Выстройте алгоритм действий специалиста по СО по продвижению новости от этапа планирования инфоповода до «продолжения жизни новости»	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
2.3	Негативные технологии в процессе управления ОМ	Какие технологии относятся к разряду негативных в СО. Как каждая из них соотносится с правовыми и этическими нормами. Какие вы знаете приемы манипулирования СМИ. Тактики противодействия применению негативных технологий против субъекта СО,	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>
2.4	Способы изучения ОМ в СО	Какими принципами руководствуется специалист СО при выборе вида исследования ОМ. Какие виды исследований проводятся в ходе кампании по СО. Как составляется отчет о проведенных исследованиях. Анализ результатов исследований и процесс прогнозирования.	ЭУМК «Управление общественным мнением» <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>

### 13.2. Разделы дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Пр. занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	естественное мнение: сущность, структура и классификации	2	2	10	14
2	Менеджмент новостей в системе коммуникаций СО	6	6	10	22
3	Негативные технологии управления ОМ	4	4	10	18
4	Способы изучения ОМ в СО	4	4	10	18
	Итого:	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>72</b>

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращая внимание на определения, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

В процессе подготовки к практическим занятиям требуется самостоятельно дорабатывать конспекты лекций, делая в них соответствующие записи по результатам изучения рекомендованной преподавателем литературы; отмечать положения, вызывающие вопросы, выделять главное.

Подготовка к семинарскому занятию включает 2 этапа: организационный и аналитический. На первом – студент планирует свою самостоятельную работу, подбирая дополнительную литературу, практические примеры и факты из СМИ и других источников информации.

Второй этап включает повторение сведений, полученных в ходе лекционных занятий и аналитическую обработку дополнительной информации, а также выполнение практических заданий.

Практические задания в ходе изучения курса «Управление общественным мнением и СМИ» представляют собой описание реальных ситуаций, которые требуют коммуникационного разрешения методами рекламы и СО.

Для более успешного выполнения заданий можно рекомендовать самостоятельное изучение кейсов, содержащихся в серии книг «50 лучших проектов Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник». К тому же соответственно поставленным преподавателем в задании целям необходимо анализировать новостные события, получающие отражение в СМИ. В качестве итогового тестового задания по курсу студентам предлагается подготовить коммуникационный проект на заданную тему. При подготовке проекта рекомендуется следовать предложенному преподавателем плану, учитывать рассмотренные на лекциях и практических занятиях примеры проектов, привлекать дополнительные сведения из СМИ, корпоративных сайтов организаций и некоммерческих учреждений

### 15. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Сергеева, З. Н. Технологии социального манипулирования: монография / З. Н. Сергеева. – Новосибирск: НГТУ, 2017. – 270 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/118412">https://e.lanbook.com/book/118412</a>
2.	Реклама и связи с общественностью: теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600-журналистика (профиль "Реклама и паблик рилейшнз") / [Е. В. Маслова и др. ; под ред. В. В. Тулупова] - Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. - 370 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3.	Тард, Г. Общественное мнение и толпа / Г. Тард. — Санкт-Петербург: Лань, 2014. – 91 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/47049">https://e.lanbook.com/book/47049</a>
4.	Голубин, Р. В. Аналитические центры как инструмент формирования общественного мнения: учебное пособие / Р. В. Голубин, А. П. Коротышев. — Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. – 33 с. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/144916">https://e.lanbook.com/book/144916</a>
5.	Мостяев, Ю. Н. Политический PR: теория и практика манипулирования в ходе избирательной кампании: учебное пособие / Ю. Н. Мостяев. – Рязань: РГРТУ, 2013. – 104 с. – Текст: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/168023">https://e.lanbook.com/book/168023</a>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
6.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> ).
7.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>
8.	ЭБС Лань. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
9.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>
10.	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: <a href="https://studentlibrary.ru/">https://studentlibrary.ru/</a>
11.	ЭУМК «Управление общественным мнением» – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933</a>

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы**

№ п/п	Источник
1	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / А.Е.Богоявленский, А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, В.В.Колобов, Е.Ю.Красова, Е.Б.Курганова, В.М.Невежина, М.Е.Новичихина, Е.Е.Топильская, М.А.Шилова, И.А.Щекина, Л.С.Щукина / под ред. Е.Б.Кургановой, Е.Е.Топильской, Л.С.Щукиной, А.А.Давтян. – Воронеж : факультет журналистики ВГУ, 2016.

**17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)**

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя (лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=7933>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

**Аудитории для проведения занятий лекционного типа.** Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244\*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

**Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.** Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

**Аудитории для самостоятельной работы студентов.** Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean  
Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

## 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Менеджмент новостей в системе коммуникаций СО	УК-2	УК-2.4 УК-2.6	Практикоориентированное задание 1 Практикоориентированное задание 2
2.	Негативные технологии управления ОМ			Практикоориентированное задание 3
Промежуточная аттестация форма контроля - зачёт				Перечень вопросов Практическое задание

## **20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

### **20.1 Текущий контроль успеваемости**

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### **Практикоориентированное задание 1**

Воронежская строительная компания «Аттик» провела в Москве международный конкурс «Лучший сварщик – 2016». В мастерстве соревновались бригады из стран СНГ, Восточной Европы и Азии. Медиапланом было предусмотрено проведение двух глобальных акций: презентация конкурса в форме пресс-конференции и сам конкурс, который проходил на следующий день. Перед специалистами по СО была поставлена задача провести эффективную анонсирующую кампанию и посредством презентации привлечь внимание к профессиональным соревнованиям. Что необычного можно было предложить журналистам, которые прибыли на презентацию конкурса?

#### **Практикоориентированное задание 2**

**Влияние блогосферы Sina Weibo на благотворительное движение в Китае / Лу Тианинь// Журналист. Социальные коммуникации.- 2012.- №2.- С.37-46.**

...21 июня 2011 г. внимание многочисленных пользователей Вэйбо привлекла история 20-летней девушки, опубликованная под заголовком «Го Мэймэй Беби». Текст сопровождался знаком «V». Девушка была представлена как генеральный директор торговой палаты Китайского Красного Креста. Весь микроблог был посвящен, главным образом, ее роскошной жизни. Общественное мнение было взбудоражено этой информацией. Посетители блога задавались вопросом, как так быстро 20-летняя девушка смогла стать генеральным директором такой крупной организации. Почему в Красном Кресте имеется такая коммерческая должность? Как неправительственная организация может заниматься бизнесом? Каким бизнесом вообще занимается Красный Крест?

На следующий день, 22 июня. Китайский Красный Крест заявил, что в их структуре нет организации «Торговая палата», нет и должности Генерального директора Торговой палаты, более того, в Красном Кресте нет работника по имени Го Мэймэй. Но дотошные интернет-пользователи нашли биографию девушки, а также нескольких чиновников Красного Креста, которые могли иметь отношение с девушкой, и всю информацию выложили в микроблоге.

27 июня Ревизионная комиссия Китая выпустила отчет об исполнении бюджета финансовых доходов и расходов 2010 г. Китайского Красного Креста, в котором показали выявленные проблемы с расходами на огромную сумму. В эти дни через микроблог пошел поток информации на тему коммерческой деятельности Красного Креста: пользователей знакомили со следующими коммерческими предприятиями; Бизнес-системный Красный Крест, Пекинская компания Ваньдинь по маркетинговым консультациям и др. Информация о коммерческих контактах Красного Креста буквально взорвала общественное мнение.

Красный Крест отреагировал на требования общественного мнения, поскольку разразившийся скандал и неопровержимые факты трудно было замаять. Уже 1 июля Красный Крест приостановил деятельность Бизнес-системного Красного Креста, а 7 июля Китайский Красный Крест обещал общественности, что будет публиковать все данные о пожертвованиях, показывать финансовые отчеты, сделает открытыми для общественности тендерные закупки, покажет, как расходуются средства..



11 августа мать Го Мэймэй под общественным давлением призналась, что Мэймэй - незаконнорожденная дочь директора ограниченного эссета менеджмента Китайского Красного Креста - Вань Юна.

В то же время, истина о событии Го Мэймэй уже не была столь важна для общества. Скандалы о Красном Кресте продолжались в микроблоге. Взносы Красного Креста упали на 90% в последующие три месяца, что свидетельствовало о практически полном падении доверия общества к Красному Кресту.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Какие особенности ОМ не учли руководители Красного Креста в Китае?
2. Можно ли было предупредить развитие кризисной ситуации, в которую попал Красный Крест. Что для этого нужно было сделать? Какую роль в разрешении кризиса играли бы новые информационные технологии ПР?
3. Сделайте вывод, какие принципы ПР в управлении ОМ в современных условиях становятся особенно актуальны?
4. Сформулируйте правила управления ОМ в кризисных ситуациях на этом примере.

### **Практикоориентированное задание 3**

*Прочитайте отрывок пресс-релиза, посвященного открытию выставки картин известного художника в г. Воронеже. Какие особенности ОМ необходимо учесть при его продвижении? Напишите 4-5 действий, которые помогут провести успешную кампанию по продвижению выставки и привлечь больше посетителей.*

Выставка известного бурятского художника Зорикто Доржиева «Степная история» открылась в Воронежском областном художественном музее имени Крамского в пятницу, 2 марта. В экспозицию вошли картины и скульптуры. Для экспонирования в Воронеже Зорикто Доржиев отобрал более 50 полотен, созданных в период с 2005 по 2016 год. Художник часто обращается к национальной культуре, героями его картин становятся восточные красавицы и мудрые старцы, бурятские подростки и степные животные. Образ Великой Степи – один из главных источников вдохновения, – рассказывал Зорикто Доржиев в интервью РИА «Воронеж» накануне вернисажа.

#### **20.2 Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

- Реферат
- Собеседование по билетам к зачёту

*Темы рефератов:*

1. Структура ОМ.
2. Понятие «новость», особенности понимания в сфере СО.
3. Этапы менеджмента новостей.
4. Сущность механизма управления новостной информацией.
5. Приемы конструирования новостной информации.
6. Особенности продвижения новостей в СО.
7. Организационные структуры по связям со СМИ.
8. Роль пресс-службы и пресс-секретаря в формировании ОМ.
9. Мероприятия с участием журналистов.
10. Основные способы «усиления» новости для СМИ.
11. Кризис в системе коммуникаций СО.
12. Манипулирование общественным мнением в условиях информационного общества: возможности и угрозы
13. Негативные технологии в СО: сущность понятия, классификации, общая характеристика.

14. Стратегии противодействия манипуляционным техникам.
15. Черный PR: виды и методики противодействия.
16. Измерение ОМ как критерий эффективности работы отдела по связям с общественностью.
17. ОМ как социальный институт.
18. Основные этапы формирования ОМ.

*Перечень вопросов к зачету:*

1. Сущность явления «общественное мнение». ОМ как социальный институт.
2. Особенности изучения общественного мнения в разное время.
3. Основные этапы формирования и функции ОМ.
4. Факторы формирования общественного мнения: внутренний потенциал субъекта и условия социальной среды.
5. Спонтанный и институализированный способы продуцирования общественного мнения.
6. Понятие «новость», особенности понимания в сфере СО.
7. Этапы менеджмента новостей.
8. СМИ в системе массовой коммуникации.
9. Основные принципы отношений с журналистами.
10. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации и главный критерий их эффективности.
11. Сущность механизма управления новостной информацией.
12. Приемы конструирования новостной информации.
13. Особенности продвижения новостей в СО.
14. Организационные структуры по связям со СМИ.
15. Роль пресс-службы и пресс-секретаря в формировании ОМ.
16. Мероприятия с участием журналистов.
17. Манипулирование общественным мнением в условиях информационного общества: возможности и угрозы
18. Негативные технологии в СО: сущность понятия, классификации, общая характеристика.
19. Способы манипулирования общественным мнением в разных сферах общественной деятельности.
20. Особенности порождения и распространения слухов в современных условиях.
21. Проблемы управления процессом циркуляции слухов в условиях организационного кризиса.
22. Стратегии противодействия манипуляционным техникам.
23. Измерение ОМ как критерий эффективности работы отдела по связям с общественностью.
24. Виды исследований, применяемых в СО для изучения ОМ.
25. Анализ и прогнозирование изменений ОМ.

*Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации*

Для оценивания результатов обучения на экзамене/зачете используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять полученные знания о методах управления ОМ на практике, решать коммуникационные задачи;

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено  
Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Продемонстрировано знание сущности понятия «общественное мнение», способов его формирования методами СО, умение применять полученную информацию на практике, владение основами управления ОМ посредством ньюсмейкинга. Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области управления ОМ.</p>	<p>Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям</p>	<p>Зачтено</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач.</p>	<p>–</p>	<p>Не зачтено</p>