

Частное образовательное учреждение высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ  
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и  
связей с общественностью  
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор  
С.В. Авдашкевич  
28.06.2023

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург  
2023

## 1. Цели и задачи дисциплины:

### *Цель освоения дисциплины:*

Формирование глубокого понимания студентами теоретических положений современных концепций общественного мнения

### *Задачи дисциплины:*

Способствовать углубленному изучению специфики научного подхода к исследованию общественного мнения как духовного явления и социального института, роли и места общественного мнения в социальном и государственном управлении, методов его эмпирического анализа;

Способствовать созданию у студентов целостного представления о специфике общественного мнения как социального института, его структуре, критериях и функциях;

Сформировать знания основных исторических этапов в развитии методологии и методики изучения общественного мнения;

Способствовать анализу традиционных методов изучения общественного мнения, а также новых методик, получивших распространение за рубежом;

Ознакомить студентов с результатами проводимого в России в последние годы мониторинга общественного мнения, их анализом;

Помочь студентам овладеть приемами, навыками мониторинга общественного мнения.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление»
	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	
	УК-1.3 Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»
	УК-2.2 Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	
	УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1 Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Наименование категории (группы) компетенций: «Гражданская позиция»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	УК-10.2 Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.	
	УК-10.3 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.	
ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации	ПК-5.1 Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
	ПК-5.2 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием современных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.	
	ПК-5.3 Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.	
	ПК-5.4 Готовит проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ.	
	ПК-5.5 Контролирует выполнение договоров, принимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Методы планирования и осуществления коммуникационных и рекламных кампаний в сфере политических отношений

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; под контролем планировать и осуществлять коммуникационные и рекламные кампании в сфере политических отношений; принимать участие в организации и проведении избирательных кампаний и целевых политических PR-акций
УК-1.3. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	Навыками участия в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований; навыками планирования и осуществления коммуникационных и рекламных кампаний в сфере политических отношений; навыками организации и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Знать методику организации и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций, кампания в сфере коммерции, на высоком профессиональном уровне работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	Ориентироваться в сложностях организации и оперативном планировании своей деятельности и деятельности фирмы и организации и организовывать и выполнять работы разного уровня сложности, входящие в компетенции отдела сферы рекламы и связей с общественностью
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	Владеть навыками по организации и оперативному планированию деятельности фирмы и организации с учетом анализа результатов экономических показателей на внутреннем и международном уровнях; основами эффективного использования СМИ в работе корпоративных связей с общественностью; навыками журналистской профессии, а также ее особенностей в различных видах средств массовой информации; спецификой ведущих журналистских жанров, включая информационные жанры и аналитические
УК-10.1. Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Знать международно-правовые основы и основные направления государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму и коррупции
УК-10.2. Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.	Уметь анализировать действующие правовые нормы в различных областях жизнедеятельности и выявлять способы профилактики обеспечивающие борьбу экстремистской и террористической деятельности, коррупции признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения;

<b>Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
УК-10.3. Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.	Выработать практические навыки осуществления социальной и профессиональной деятельности на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, при соблюдении правил общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения
ПК-5.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обра-ботки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителя-ми продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие професси-ональную деятельность, а также правила охраны труда, про-изводственной санитарии и пожарной безопасности.	Знать технологию организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности организации при использовании всех внутренних и внешних функций отдела рекламы и связей с общественностью; знает положительные и отрицательные стороны всех методов социологического исследования; знает особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью; разрабатывает методический раздел программы социологического исследования; использует социологические данные в практике осуществления рекламной и PR-деятельности
ПК-5.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием совре-менных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.	Уметь пользоваться основными социологическими понятиями, программными средствами обработки данных социологических исследований, применять теоретические социологические концепции для создания научных объяснений в исследованиях средств массовых коммуникаций;
ПК-5.3. Осуществляет поиск статистической и аналитической инфор-мации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.	Анализировать количественные данные, полученные в результате социологических исследований средств массовой коммуникации; владеет профессиональными навыками организации работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК-5.4. Готовит проектную документацию на проведение коммуника-ционных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности ме-роприятий по продвижению продукции СМИ.	Организации и проведения научных исследований в области PR, рекламы, политического маркетинга; владеть компьютерными методами обработки и хранения информации, в т. ч. уметь использовать специализированные математические программы по обработке социологической информации
ПК-5.5. Контролирует выполнение договоров, принимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникацион-ных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.	Владеть на высоком профессиональном уровне навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

### 3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1 УК-1.1 УК-10.1 УК-2.1	ПК-5.2 УК-1.2 УК-10.2 УК-2.2	ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 УК-1.3 УК-10.3 УК-2.3
1	Общественное мнение как феномен и социальный институт	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1 УК-1.1 УК-10.1 УК-2.1	ПК-5.2 УК-1.2 УК-10.2 УК-2.2	ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 УК-1.3 УК-10.3 УК-2.3
2	Исторические концепции общественного мнения	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)
3	Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения	УК-1 УК-2 УК-10 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
4	Опыт мониторинга общественного мнения в России и за рубежом	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
5	Современные методы мониторинга общественного мнения	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
6	Анализ результатов мониторинга общественного мнения	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
<b>Количество баллов (100 баллов):</b>			100		

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>
<p><b>Тема 1: Общественное мнение как феномен и социальный институт</b>            Сущностные характеристики и функции общественного мнения как феномена и социального института. Субъект общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения. Объект общественного мнения. Его критерии. Общественное мнение и массовое сознание. Структура общественного мнения. Каналы выражения общественного мнения. Методы изучения общественного мнения.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Каналы выражения общественного мнения. Методы изучения общественного мнения.</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Тема 2: Исторические концепции общественного мнения</b>            Античные теории общественного мнения. Средневековые теории общественного мнения. Важнейшие концепции общественного мнения в европейской философской мысли. Общественное мнение как предмет государственно-правовой науки (Ф. Гольцендорф, Д. Брайс). Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процесса (А. де Токвиль, В.М. Хвостов, Ковалевский).</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b>            Обсуждение вклада Дж. Гэллапа, Э. Роулера, А. Кроссли, Х. Кэнтрила в развитие отрасли</p> <p><b>Лабораторная работа: -</b></p>
<p><b>Тема 3: Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения</b></p>

<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа</b>		
<p>Исторические подходы к исследованию общественного мнения. Институциональные и организационные основы деятельности государственных органов по изучению и формированию общественного мнения. Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: принуждение, сотрудничество, манипулирование. Убеждение, внушение, подражание, заражение и другие формы влияния на общественное мнение. Опасность распространения экстремистских взглядов в кибер-коммуникациях, угроза информационного терроризма. Логика и теория аргументации. Риторика и основы ораторского искусства. «Лидеры общественного мнения» и «группа интересов». Психологические приемы и уловки убеждающего и внушающего воздействия. PR и общественное мнение. Определение условий, выбор аудитории и средств коммуникации. Организация и проведение мониторинга общественного мнения. Централизованный, децентрализованный и смешанный способы организации мониторинга общественного мнения. Методы и показатели оценки общественного мнения. Финансирование организации и проведения мониторинга общественного мнения.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Оценка состояния и пути оптимизации организации деятельности органов государственной власти по учёту результатов исследования общественного мнения. Обсуждение проблем манипулирования данными в исследованиях общественного мнения.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>		
<p><b>Тема 4: Опыт мониторинга общественного мнения в России и за рубежом</b> Исследования общественного мнения в России. Первые подходы к изучению общественного мнения, роль земств. Изучение настроений трудящихся при партийно-советской системе. Проекты по изучению общественного мнения в 60-е годы 20 века и их тематика. Особенности развития индустрии опросов. Современный этап развития исследований. 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.). Системы мониторинга общественного мнения в странах Западной Европы и США.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Сравнение американской и европейской систем изучения общественного мнения. Трёхзвенная система мониторинга общественного мнения в США: коммерческие организации, университетские центры и СМИ. Особенности развития индустрии опросов в европейских странах. Сеть организаций по изучению общественного мнения и основные направления их деятельности: Великобритания, Германия, Франция и др. страны.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>		
<p><b>Тема 5: Современные методы мониторинга общественного мнения</b> Традиционные методы: этап гэллаповских опросных технологий. Количественные и качественные методы. Анализ документов как метод исследования общественного мнения. Контент-анализ и его место в исследовании общественного мнения. Массовый опрос как традиционный метод сбора данных. Анкета. Вопрос. Генеральная и выборочная совокупности. Ошибки выборки. Оценка надежности выборочного обследования. Экспертный, телефонный, почтовый, прессыный опросы в исследованиях общественного мнения, границы их применения. Современный этап развития исследований. Фокус-групповые исследования: качественная методология для изучения общественного мнения. Онлайн опросы: этап постгэллаповских технологий. Техника случайных ответов, опросы обогащенного общественного мнения, онлайн-опросы.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Основные источники ошибок в измерении общественного мнения: проблемы построения выборок, формулировки вопросов, процедуры получения информации от респондентов и др. Характеристики общественного мнения и их измерители.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>		
<p><b>Тема 6: Анализ результатов мониторинга общественного мнения</b> Первичный и вторичный анализ результатов мониторинга общественного мнения. Интерпретация результатов мониторинга общественного мнения. Аналитический и визуально-фреймовый способ анализа. Отчет по результатам мониторинга общественного мнения.</p> <p><b>Практические занятия/самостоятельная работа:</b> Проблемы интерпретации результатов опросов, манипулирование данными об общественном мнении. Обсуждение российского опыта прогнозирования результатов выборов (федеральных и региональных) на основе предвыборных опросов.</p> <p><b>Лабораторная работа:</b> -</p>		
<p><b>Курсовая работа:</b> не предусмотрено учебным планом</p>		

*Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	42	42
Лекционные занятия (Лек)	14	14

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	28	28
Самостоятельная работа студента (СР)	60	60
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	60	60
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	48	48
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Общественное мнение как феномен и социальный институт	8	2	4	0	10	4	
2	Исторические концепции общественного мнения	8	2	4	0	10	4	
3	Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения	8	2	4	0	10	4	
4	Опыт мониторинга общественного мнения в России и за рубежом	8	2	4	0	10	4	
5	Современные методы мониторинга общественного мнения	8	2	6	0	10	6	
6	Анализ результатов мониторинга общественного мнения	8	4	6	0	10	6	
Итого:			14	28	0	60	28	

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Общественное мнение как феномен и социальный институт	9	2	0	0	15	4	
2	Исторические концепции общественного мнения	9	0	2	0	15	4	
3	Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения	9	0	0	0	15	4	



42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2023/2024 учебного года

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
4	Опыт мониторинга общественного мнения в России и за рубежом	9	0	0	0	15	4
5	Современные методы мониторинга общественного мнения	9	2	0	0	15	6
6	Анализ результатов мониторинга общественного мнения	9	0	2	0	16	6
Итого:			4	4	0	91	28

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	28	28
Лекционные занятия (Лек)	14	14
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	14	14
Самостоятельная работа студента (СР)	76	76
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	76	76
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	32	32
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

\* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Общественное мнение как феномен и социальный институт	9	4	2	0	12	4
2	Исторические концепции общественного мнения	9	2	2	0	12	4
3	Теоретико-методологические основы изучения общественного мнения	9	2	2	0	14	4
4	Опыт мониторинга общественного мнения в России и за рубежом	9	2	2	0	12	4
5	Современные методы мониторинга общественного мнения	9	2	2	0	13	6
6	Анализ результатов мониторинга общественного мнения	9	2	4	0	13	6
Итого:			14	14	0	76	28

\* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### **4. Способ реализации дисциплины**

Без использования онлайн-курса.

#### **5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:**

*Основная литература:*

2. УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ. Учебное пособие для вузов / Франц В. А. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2022 г. - 133 с. - ISBN 978-5-534-08047-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/uvpravlenie-obschestvennym-mneniem-493657>

3. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Касьянов В. В. - Кубанский государственный университет (г. Краснодар), 2022 г. - 221 с. - ISBN 978-5-534-09602-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovoy-kommunikacii-492735>

3. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Кажанов О. А. - Смоленский государственный университет (г. Смоленск), 2023 г. - 208 с. - ISBN 978-5-534-09757-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologicheskie-problemy-izucheniya-obschestvennogo-mneniya-517065>

*Дополнительная литература:*

2. СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 5-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Федотова Л. Н., 2023 г. - 603 с. - ISBN 978-5-534-15379-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-massovyh-kommunikacij-teoriya-i-praktika-510820>

3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Галицкий Е. Б., Галицкая Е. Г. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 570 с. - ISBN 978-5-9916-3225-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovyie-issledovaniya-teoriya-i-praktika-488325>

3. СОЦИОЛОГИЯ: МЕТОДЫ ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Зерчанинова Т. Е., 2023 г. - 207 с. - ISBN 978-5-534-00106-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-metody-prikladnyh-issledovaniy-513087>

**6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

**7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины**

1. [ibooks.ru](https://ibooks.ru) : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: [arhiv.neicon.ru](http://arhiv.neicon.ru). - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. ФОМ-MEDIA [Электронный ресурс] : проект фонда Общественное мнение : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://fom.ru>. - Текст: электронный

9. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://instituciones.com>. - Текст: электронный

10. HR-tv.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный

11. Psychojournal.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://psychojournal.ru>. - Текст: электронный

12. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

13. Федеральная служба государственной статистики: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный

15. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета [imeos.ru](http://imeos.ru), веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета [imeos.ru](http://imeos.ru) и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

## **9. Оценочные материалы по дисциплине**

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе

«Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

### **Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки**

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

### **Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой**

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

## **9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля**

### **Доклад, сообщение/Реферат №1**

1. Особенности изучения общественного мнения в странах Европы и США.
2. Сравнение американской и европейской систем изучения общественного мнения.
3. Трехзвенная система мониторинга общественного мнения в США: коммерческие организации, университетские центры и СМИ, их сравнительная характеристика.
4. Особенности развития индустрии опросов в европейских странах.

### **Доклад, сообщение/Реферат №2**

1. Основные направления деятельности организаций по изучению общественного мнения в Великобритании, оценка эффективности.
2. Основные направления деятельности организаций по изучению общественного мнения в Германии, оценка эффективности.
3. Основные направления деятельности организаций по изучению общественного мнения во Франции, оценка эффективности.
4. Опыт мониторинга общественного мнения в России.

### **Собеседование, опрос/Контрольная работа №1**

1. Сущностные характеристики общественного мнения как феномена и социального института.
2. Функции общественного мнения.
3. Общественное мнение и массовое сознание.
4. Структура общественного мнения.
5. Каналы выражения общественного мнения.
6. Методы изучения общественного мнения.
7. Исторические концепции общественного мнения.
8. Работа по дискредитации в обществе террористических и экстремистских организаций, создание обстановки нетерпимости к любым проявлениям террора, политического и религиозного экстремизма, действиям, направленным на подрыв целостности государства и разжигание межнациональной и религиозной розни.

### **Собеседование, опрос/Контрольная работа №2**

1. Традиционные методы мониторинга общественного мнения.
2. Количественные и качественные методы мониторинга общественного мнения.
3. Анализ документов как метод исследования общественного мнения.
4. Контент-анализ и его место в исследовании общественного мнения.
5. Массовый опрос как традиционный метод сбора данных.
6. Анкета. Вопрос.
7. Генеральная и выборочная совокупности. Ошибки выборки.
8. Оценка надежности выборочного обследования.
9. Экспертный, телефонный, почтовый, прессовый опросы в исследованиях общественного мнения, границы их применения.
10. Современный этап развития исследований общественного мнения.
11. Фокус-групповые исследования общественного мнения.
12. Онлайн опросы общественного мнения.
13. Техника случайных ответов, опросы обогащенного общественного мнения.
14. Основные источники ошибок в измерении общественного мнения.
15. Проблемы интерпретации результатов мониторинга общественного мнения.
16. Манипулирование данными об общественном мнении.

### **Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1**

1. Античные теории общественного мнения.
2. Средневековые теории общественного мнения.
3. Теории общественного мнения Нового времени.
4. Вклад Дж. Гэллапа в развитие отрасли.
5. Вклад Э. Роупера в развитие отрасли.
6. Вклад А. Кроссли в развитие отрасли.
7. Вклад Х. Кэнтрила в развитие отрасли.
8. Взгляды Г. Лебона на вопросы изучения общественного мнения.
9. Взгляды Э. Канетти на вопросы изучения общественного мнения.
10. Взгляды С. Московичи на вопросы изучения общественного мнения.
11. Взгляды Х. Ортега-И-Гассета на вопросы изучения общественного мнения.

### **Задания творческого уровня №1**

1. Рассмотрите исторические подходы к исследованию общественного мнения, сравните их.
2. Исследуйте институциональные и организационные основы деятельности государственных органов по изучению и формированию общественного мнения (самостоятельно из открытых источников). Назовите основные черты правового регулирования этой деятельности.
3. Изучите порядок организации и проведения мониторинга общественного мнения. Укажите основные проблемы этого процесса.
4. Сравните централизованный, децентрализованный и смешанный способы организации мониторинга общественного мнения.
5. Исследуйте основные методы и показатели оценки общественного мнения. Выявите основные источники ошибок в измерении общественного мнения: проблемы построения выборок, формулировки вопросов, процедуры получения информации от респондентов и др. (информация – из открытых источников).
6. Рассмотрите порядок финансирования организации и проведения мониторинга общественного мнения, сравните с аналогичным порядком в странах Западной Европы и США.
7. Предложите пути оптимизации организации деятельности органов государственной власти по учёту результатов исследования общественного мнения.
8. Исследуйте проблемы манипулирования данными в исследованиях общественного мнения.

### **Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1**

1. Первичный и вторичный анализ результатов мониторинга общественного мнения.
2. Интерпретация результатов мониторинга общественного мнения.
3. Аналитический и визуально-фреймовый способ анализа результатов изучения общественного мнения.
4. Отчет по результатам мониторинга общественного мнения.
5. Проблемы интерпретации результатов опросов, манипулирование данными об общественном мнении.
6. Обсуждение российского опыта прогнозирования результатов выборов (федеральных и региональных) на основе предвыборных опросов.

## **9.2. Примерный перечень тем курсовой работы**

Не предусмотрено учебным планом

## **9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет**

### **Примерный перечень теоретических вопросов к зачету**

1. Сущность общественного мнения.
2. Общественное мнение как целостное духовно-деятельностное образование.
3. Место общественного мнения в структуре общественного сознания.
4. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология, идеология.

5. Функции общественного мнения.
6. Субъект общественного мнения. Социальные группы, классы, народы как субъекты общественного мнения.
7. Объект общественного мнения, его критерии.
8. Структура общественного мнения.
9. Методы изучения общественного мнения.
10. Античные теории общественного мнения.
11. Средневековые теории общественного мнения.
12. Важнейшие концепции общественного мнения в европейской философской мысли.
13. Марксистско-ленинская концепция общественного мнения.
14. Концепция общественного мнения У. Липпмана.
15. Концепция общественного мнения Э. Ноэль-Нойман.
16. Общественное мнение в работах российских исследователей (К. Уледов, Б. А. Грушин, Р. А. Сафаров, В. М. Герасимов, Д.П. Гавра и др.).
17. Общественное мнение как предмет государственно-правовой науки (Ф. Гольцендорф, Д. Брайс).
18. Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процесса (А. де Токвиль, В.М. Хвостов, Ковалевский).
19. Исследования общественного мнения в России. Первые подходы к изучению общественного мнения, роль земств.
20. Изучение настроений трудящихся при партийно-советской системе.
21. Проекты по изучению общественного мнения в 60-е годы 20 века и их тематика.
22. Современный этап развития исследований. 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.).
23. Системы мониторинга общественного мнения в странах Западной Европы и США.
24. Общественное мнение как специфический социальный институт.
25. Институциональные и организационные основы деятельности государственных органов по изучению и формированию общественного мнения.
26. Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: принуждение, сотрудничество, манипулирование.
27. Средства массовой информации и их влияние на общественное мнение.
28. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
29. Методы формирования общественного мнения.
30. «Лидеры общественного мнения» и «группа интересов».
31. Традиционные методы мониторинга общественного мнения.
32. Количественные и качественные методы мониторинга общественного мнения.
33. Анализ документов как метод исследования общественного мнения.
34. Контент-анализ и его место в исследовании общественного мнения.
35. Массовый опрос как традиционный метод сбора данных.
36. Анкета. Вопрос.
37. Генеральная и выборочная совокупности. Ошибки выборки.
38. Оценка надежности выборочного обследования.
39. Экспертный, телефонный, почтовый, пресловый опросы в исследованиях общественного мнения, границы их применения.
40. Современный этап развития исследований общественного мнения.
41. Фокус-групповые исследования общественного мнения.
42. Онлайн опросы общественного мнения.
43. Техника случайных ответов, опросы обогащенного общественного мнения.
44. Первичный и вторичный анализ результатов мониторинга общественного мнения.
45. Интерпретация результатов мониторинга общественного мнения.

46. Аналитический и визуально-фреймовый способ анализа общественного мнения.
47. Отчет по результатам мониторинга общественного мнения.
48. Основные источники ошибок в измерении общественного мнения.
49. Проблемы интерпретации результатов мониторинга общественного мнения.
50. Манипулирование данными об общественном мнении.
51. Психологические приемы и уловки убеждающего и внушающего воздействия. PR и общественное мнение.
52. Определение условий, выбор аудитории и средств коммуникации.
53. Организация и проведение мониторинга общественного мнения.
54. Централизованный, децентрализованный и смешанный способы организации мониторинга общественного мнения.
55. Методы и показатели оценки общественного мнения.
56. Финансирование организации и проведения мониторинга общественного мнения.
57. Устное выступление как средство формирования общественного мнения.
58. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.
59. Методика подготовки эффективных пресс-событий.
60. Технология построения и технология управления новостями.
61. Технологии использования общественного мнения.
62. Индикаторы манипуляции общественным мнением. Техники получения необходимой информации.
63. Защита от манипуляции. Виды и механизмы защит.
64. Кризисные ситуации и общественное мнение.
65. Мониторинг общественного мнения в кризисных ситуациях.
66. Общественное мнение в предвыборной кампании.

### **Примерный перечень практических заданий к зачету**

1. Подготовить обзор публикаций в специальных периодических изданиях о воздействии СМИ на личность: рубрики, разделы, в которых публикуются материалы о средствах массовой информации.  
Представить авторов публикаций, особенности рассмотрения темы.  
Требуется обозначить основные концепции исследования по схеме:  
а) характер восприятия информации;  
б) способ и формы передачи информации;  
в) эффект усвоения информации;  
г) оценка роли масс-медиа в жизни общества.
2. Разработать инструментарий контент-анализа периодических изданий по самостоятельно выбранной теме. Провести контент-анализ периодических изданий по разработанному инструментарию: тематика издания, выбор издания, категории и единицы анализа. Проанализировать полученные данные, сделать выводы.