

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Ростовский институт защиты предпринимателя»
(РИЗП)**

РАССМОТРЕНО И СОГЛАСОВАНО
на заседании кафедры «Гуманитарные и
социально-экономические дисциплины» № 11 от 26.06.2017г
Зав. кафедрой «Гуманитарные и социально-
экономические дисциплины»



д.фил.н., проф. Гайломазова Е.С.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по организации самостоятельной работы студентов и проведению
практических (семинарских) занятий
по дисциплине (модулю)

Технология управления общественным мнением

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону
2017 г.**

Учебно-методические указания по организации самостоятельной работы студентов и проведению практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю) «Технология управления общественным мнением» направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата),

Автор(ы):

д.филол.н., доц. Гайломазова Е.С.

(инициалы, фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)

Тема 1. Структура и сущность общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Специфика рассмотрения общественного мнения с позиции специалиста по связям с общественностью.
2. История возникновения термина «общественное мнение».
3. Внешние и внутренние факторы создания общественного мнения.
4. Структура общественного мнения. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения.
5. Общественное мнение в структуре общественного сознания.
6. Связи с общественностью и общественное мнение.
7. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология.
8. Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина.
9. Взаимосвязанность уровней общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы

1. Ключевые характеристики общественного мнения.
2. Распространенность мнения, его компетентность.
3. Информация и общественное настроение.
4. Изучение общественного мнения.
5. Разведывательное исследование (пилотажное, зондажное).
6. Наиболее доступный метод сбора информации (анкетный опрос или интервью).
7. Экспресс- опрос выявления общественного мнения по определенной проблеме или факту (зондаж общественного мнения).
8. Выявление степени эффективности проведенных мероприятий.
9. Описательное исследование. Аналитическое исследование – углубленный вид социологического исследования

Тема 2. Субъект общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Понимание субъекта общественного мнения как его носителя и выразителя.
2. Индивид, социальные группы, общество: их место и роли в качестве субъектов общественного мнения.
3. Социальная база разнообразия мнений.
4. Проблема монизма и плюрализма общественного мнения, «большинства» и «меньшинства», количества и качества, единодушия расхождения мнений.

Задания для самостоятельной работы

1. Типология субъектов общественного мнения в социально-дифференцированном обществе.

2. Их общие и особенные черты, определяющие отношение к объекту мнений.
3. Определенные действия субъектов общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание

Тема 3. Объект общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Понятие объекта общественного мнения как находящихся в поле внимания людей фактов и событий, явлений и процессов, выступающих предметом социально-оценочного отношения вследствие их особой жизненной значимости, актуализации.
2. Объекты общественного мнения в сферах общественного бытия (условия материальной жизни) и общественного сознания (системы ценностей, нравственные нормы и представления, социально-психологические процессы и др.)
3. Объекты общественного мнения: многозначность толкования и не безусловность оценочных суждений.
4. Избирательный характер проявления общественным мнением своего отношения к объектам окружающего мира.
5. Отбор объектов общественного мнения на основе критериев, определяющих его непрерывную активную связь с действительностью.
6. Интересы людей – главный критерий выбора объектов общественного мнения.
7. Личные, групповые, общественные интересы в содержании общественного мнения, в образовании и характере проявления его по отношению к конкретным объектам.

Задания для самостоятельной работы

1. Компетентность, осведомленность, информированность – важные составляющие порога «доступности» объекта для оценочных суждений.
2. Критерий «дискуссионности», суживающий круг объектов общественного мнения.
3. Связь общественного мнения своим отношением с объектами, допускающими различное толкование, спорность и не безусловность оценок.

Тема 4. Функции общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Функции общественного мнения как способ его существования, непрерывного развития как целостной системы, реализации своей социальной роли в обществе.
2. Функции общественного мнения – интегральный результат его системообразующих компонентов.
3. Функции общественного мнения: оценочная, познавательная, адаптационная, функция культуронаследования, целеполагающая, консультативная, управленческая

Задания для самостоятельной работы

1. Важнейшие функции общественного мнения:

- а) познавательная;
- б) социально-оценочная;
- в) регулятивная;
- г) контрольно-консультативная;
- д) защитная;
- е) социокультурная.

2. Механизмы осуществления функций: включенность интеллектуального, эмоционально-волевого потенциала человека, социальных групп общества

Тема 5. Методы изучения и создания общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Исторический анализ методов изучения общественного мнения.
2. Специфика использования социологических опросов для изучения общественного мнения.
3. Особенности применения метода количественного и качественного контент-анализа для изучения общественного мнения.
4. Методология изучения общественного мнения. Принципы изучения общественного мнения. Программа исследования общественного мнения.
5. Общая характеристика и сравнительный анализ методов изучения общественного мнения.
6. Особенности применения наблюдения и анализа документов как методов диагностики общественного мнения.
7. Массовый опрос. Интервьюирование и анкетирование в опросах общественного мнения.
8. Современные методы изучения общественного мнения.
9. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос общественного мнения.
10. Классификация методов создания общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы

1. Мониторинг изучения общественного мнения. Контент-анализ при изучении общественного мнения.
2. Фокус-группа при исследовании общественного мнения.
3. Методика и техника обработки результатов изучения общественного мнения. Источники ошибок и погрешностей при изучении общественного мнения.
4. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения.
5. Опросы общественного мнения в прессе как текст.

Тема 6. Возникновение и формирование общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Общественное мнение как процесс последовательной смены стадий возникновения, формирования, функционирования и соответствующих им способов его выражения и реализации.
2. Зарождение общественного мнения и условия его определяющие. Интерес людей к объекту мнения, информация о нем: наличие индивидуальных оценок и стремление человека выразить собственные суждения на различных уровнях публичности, сделать их предметом гласности – черты стадии зарождения общественного мнения.
3. Формирование общественного мнения как специфическая стадия развития общественного мнения.
4. Формирование общественного мнения как процесс и результат.
5. Способы формирования общественного мнения: организованный и спонтанный обмен мнениями.
6. Столкновения, компромиссы, интеграция множества мнений. Выделение доминирующего мнения.

Задания для самостоятельной работы

1. Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения.
2. Средства формирования общественного мнения: СМИ, пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение.
3. Возможности управления общественным мнением и манипулирования им в процессе формирования.

Тема 7. Способы формирования общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
2. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.
3. Этапы формирования общественного мнения: поддержка активных сторонников; привлечение нерешительных; нейтрализация оппозиции; ориентир на большинство; сильный лидер.
4. Базовые характеристики общественного мнения Технологии и методы формирования общественного мнения.
5. Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения.
6. Культурная политика как формирование полезных традиций.
7. Лидерство. Оценка истинности общественного мнения.
8. Отношения корпоративных объединений как объект работы по связям с общественностью.
9. Защита информации при становлении общественного мнения.

10. Виды, структура, логика устного выступления как средство формирования общественного мнения. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп.

11. Технология формирования и использования общественного мнения.

12. Связи с общественностью в кризисных ситуациях.

Задания для самостоятельной работы

1. Методы формирования общественного мнения, основанные на психологических процессах восприятия, обработки и анализа информации (внимание, память, мышление, эмоции и поведение).

2. Подготовка и проведение кампаний Public Relation.

3. Благотворительность как инструмент формирования общественного мнения.

4. Общая характеристика ОМ, методы изучения общественного мнения.

5. Механизмы и фазы формирования общественного мнения.

6. Стадии развития общественного мнения (зарождение, формирование, функционирование, спад и отмирание).

Тема 8. Функционирование общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Функционирующее общественное мнение как действующее, сложившееся, опирающееся на накопленный интеллектуальный, эмоционально-волевой потенциал, реализующее себя в духовно-практической жизни, в массовом сознании и актах поведения людей.

2. Факторы распространенности, стабильности, интенсивности функционирующего общественного мнения.

3. Нереализованная потребность людей в отношении объекта мнений – главное условие сохранения, поддержания и усиления интереса к нему.

4. Относительность стадий процесса развития общественного мнения.

Задания для самостоятельной работы

1. Формы и способы выражения общественного мнения в процессе его функционирования.

2. Роль социологии общественного мнения в научном обеспечении и объективной оценке каналов выражения общественного мнения.

3. Управление и возможности манипулирования общественным мнением на этапе его функционирования.

Тема 9. СМИ как основной выразитель общественного мнения.

Задания для семинарского занятия

1. Понятие средств массовой информации.

2. История развития СМИ.

3. Классификация СМИ.

4. Виды СМИ: традиционные и нетрадиционные СМИ.
5. Свобода слова и общественное мнение.
6. Формы и принципы взаимоотношений СМИ и специалистов по связям с общественностью.

Задания для самостоятельной работы

1. Методы работы со СМИ и основные способы подачи информации.
2. Критерии выбора средств массовой информации.
3. Роль и возможности электронных средств массовой информации в формировании общественного мнения.
4. Основные СМИ на российском медиарынке.

Тема 10. Управление общественным мнением в процессе избирательных кампаний.

Задания для семинарского занятия

1. Сущность и специфика поведения: социологический подход.
2. Организация выборных компаний. Избирательные технологии.
3. Базовые социологические процессы и избирательные технологии.
4. Общественное мнение в предвыборной кампании.
5. Предвыборная работа с элитами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральными аудиториями.
6. PR в политике. PR и пресса.
7. Система маркетинговых коммуникаций, политических технологий, менеджмента.

Задания для самостоятельной работы

1. Прогнозные характеристики избирательных технологий.
2. PR и власть.
3. Идея, воплощенная в слогане.
4. Образ врага общественного мнения.
5. Сравнение эффективности предвыборных действий.
6. Сущность социально-технологического подхода в формировании общественного мнения.
7. Теоретико-методологические основы социальных технологий. Технологии использования общественного мнения

Тема 11. Технологии управления общественным мнением.

Задания для семинарского занятия

1. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения.
2. Виды социологического управления общественным мнением.

3. Цикл существования общественного мнения: зарождение; формирование; функционирование; спад; отмирание.
4. Модульные и процедурные технологии управления общественным мнением.
5. Массово-коммуникативное внушение.
6. Особенности формирования общественного мнения больших и малых групп. Психология толпы и технологии управления ею.
7. Сущность и основные цели рекламы в рамках формирования общественного мнения.
8. Специальные мероприятия и их освещение в СМИ.
9. Виды и организация технологий благотворительной деятельности.

Задания для самостоятельной работы

1. Построение эффективной коммуникации.
2. Манипуляция общественным мнением. Методы манипулирования.
3. Агитация, пропаганда и контрпропаганда.
4. Имидж политических, финансовых, государственных и других организаций в системе общественного мнения.
5. Технология создания и продвижения персонального имиджа общественных организаций.
6. Управление общественным мнением в кризисных ситуациях
7. Специфика управления коммуникациями общественного мнения в условиях кризиса.
8. Мониторинг общественного мнения в кризисных ситуациях.

Тема 12. Пропаганда и общественное мнение.

Задания для семинарского занятия

1. Проблема управления общественным мнением.
2. Влияние пропаганды, основанной на научно-обоснованных данных. Цель пропаганды, формы пропаганды.
3. Элементы пропаганды в учебно-воспитательном процессе.
4. Внедрение в сознание молодежи норм, ценностей, определенных точек зрения.
6. Мера воздействия пропаганды на изменение отношения людей к событиям и фактам реальной действительности.

Задания для самостоятельной работы

1. Проблема власти в пропаганде и формировании общественного мнения.
2. Власть ложной пропаганды.
3. Пропаганда в демократических политических системах.
4. Различные способы управления общественным мнением через рекламные службы, команды – поддержки, службы общественного мнения, СМИ и т.д.

