

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Управление общественным мнением

Код модуля
1164262(1)

Модуль
Управление общественным мнением

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бритвина Ирина Борисовна	доктор социологических наук, доцент	Профессор	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
2	Шумилова Полина Андреевна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Бритвина Ирина Борисовна, Профессор, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга
- Шумилова Полина Андреевна, Ассистент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Управление общественным мнением

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Эссе	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Управление общественным мнением

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-5 -Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров,	Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач П-1 - Работая в команде, спланировать процесс поэтапного взаимодействия с	Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

<p>других субъектов для эффективного решения профессиональных задач</p>	<p>органами власти, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ в целях эффективного решения профессиональных задач У-1 - Самостоятельно определять субъектов взаимодействия и социального партнерства с учетом специфики профессиональной деятельности</p>	
<p>ОПК-4 -Способен выполнять свои профессиональные функции в организациях различного типа, осознанно соблюдая организационные политики и процедуры</p>	<p>Д-1 - Демонстрировать коммуникативные умения, умение эффективно работать в команде, лидерские качества З-1 - Изложить основные принципы функционирования организаций различного типа, распространённые в профессиональной области П-1 - Самостоятельно или работая в команде, выработать стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом политик и процедур профессиональной деятельности, характерных для организаций различного типа У-1 - Самостоятельно определять стратегии поведения в ситуациях, связанных с выполнением профессиональных функций, с учетом организационных политик и процедур в организациях различного типа</p>	<p>Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p>
<p>ОПК-6 -Способен поддерживать уровень профессиональной культуры, соблюдать профессиональные этические нормы. Демонстрирует открытость в получении обратной связи о своей</p>	<p>Д-1 - Демонстрировать стремление к профессиональному росту и развитию, самокритичность и умение учиться, нацеленность на результат З-1 - Характеризовать особенности, пути и средства формирования и поддержания профессиональной культуры</p>	<p>Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Эссе</p>

<p>профессиональной деятельности, ее социальном эффекте и последствиях</p>	<p>П-1 - Создавать модели получения обратной связи от субъектов, вовлеченных в профессиональную деятельность, с описанием социального эффекта и ее последствий У-1 - Обосновать выбор путей и средств формирования и поддержания профессиональной культуры</p>	
<p>ОПК-2 -Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач П-1 - Составлять и оформлять аналитические документы или отчеты, отражающие результаты, значимые для своей профессиональной области, в соответствии с нормативными требованиями У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p>	<p>Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-3 -Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>З-1 - Технологии управления общественным мнением П-1 - Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации У-1 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p>	<p>Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-4 -Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов</p>	<p>З-3 - Конъюнктура медийного рынка, мировые тенденции в медиаиндустрии П-2 - Мониторинг появления новой или необходимой</p>	<p>Зачет Лекции Практические/семинарские занятия Эссе</p>

открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	<p>информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>П-3 - Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации с позиции принципов доверия и корпоративной ответственности</p> <p>У-3 - Работать с большими объемами информации</p> <p>У-4 - Анализировать социально значимые процессы и явления</p> <p>У-5 - Анализировать информацию из различных источников, определять степень ее достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле</p> <p>У-6 - Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p>	
--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.6		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр,	Максимальная оценка в баллах

	учебная неделя	
<i>эссе</i>	17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.4		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.6		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)

5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания	Нет результата
----	---	--	----------------

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Генезис и эволюция понятия «общественное мнение». История исследований феномена общественного мнения
2. Общественное мнение как социально-политическое явление
3. Основные методы изучения общественного мнения
4. Основные универсальные методы и механизмы влияния на общественное мнение
5. СМК и общественное мнение
6. PR-технологии и общественное мнение
7. Общественное мнение в современной России
8. Эффективность рекламных сообщений в Интернете

Примерные задания

Разработайте анкету для студентов 2-3 курсов направления «Реклама и Связи с общественностью» на тему: «Эффективность рекламных сообщений в Интернете». Анкета должна включать 15-20 вопросов, сопровождаться открытыми, так и закрытыми вопросами. Кроме того, анкета должна включать рекламные баннеры из Интернета в целях узнать мнение респондента относительно эффективности этого сообщения.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Основные методы изучения общественного мнения
2. Методы и механизмы влияния на общественное мнение
3. СМК и общественное мнение

Примерные задания

Используя метод не включённого наблюдения в крупном гипермаркете попробуйте определить, какая печатная продукция пользуется спросом больше всего. Кто является наиболее частым потенциальным читателем, какая пресса (пол, тематическая направленность) популярнее всего, как часто (периодичность) люди подходят к прилавку с газетами и журналистами? Следует ли процесс ознакомления с изданием перед покупкой? При возможности опросите посетителей магазинов, узнав у них о перспективах существования печатной прессы в будущем. Все наблюдения нужно оформить в отчет (3-5 страниц) с указанием даты, времени и места.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Эссе

Примерный перечень тем

1. Психологические аспекты управления общественным мнением
2. Стереотип как средство управления общественным мнением
3. Основные методы управления общественным мнением, используемые в рамках корпоративного PR
4. Специфика исследования общественного мнения в маркетинге и маркетинговых инструментов воздействия на общественное мнение
5. Реклама как инструмент воздействия на общественное мнение

Примерные задания

1. Найдите в российских и зарубежных СМИ по 1 примеру повестки, в которой задействован третий уровень, т.е. два или более явления умышленно указываются в связке в нескольких новостях.
2. Приведите примеры использования доминантной и подчиненной метафор в рамках формирования российской и зарубежной повестки.
3. Приведите примеры фреймов каждого типа в рамках формирования российской и зарубежной повестки:
 - эпизодический;
 - тематический;
 - конкретно-проблемный;
 - родовой;
 - ценностный;
 - материальный;
 - проблемный;
 - стратегический.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Осмысление феномена общественного мнения в социальной философии Древней Греции и Рима

2. Общественное мнение как предмет государственно-правовой науки (Ф.Гольцендорф, Д. Брайс)
3. Общественное мнение как фактор нравственного, воспитательного и политического процесса (А. де То-квиль, В.М. Хвостов, М.М. Ковалевский и др.)
4. Основные аспекты анализа общественного мнения в классической социологии (О. Конт, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П.Сорокин Т. Парсонс и др.)
5. Психологическое направление в разработке социологической теории общественного мнения (Г. Тард, Г. Лебон, В.Ф. Теннис, Дж. Кули, Ч. Кули и др.)
6. Стереотипы и общественное мнение в концепциях общественного мнения В. Липпмана, К. Юнга, И. Фишмана.
7. Антропологический подход к феномену общественного мнения (М. Мид)
8. Взгляды Г. Олппорта, С. Осгуда, Е.Богардуса, В. Беннета на феномен общественного мнения
9. Тематизация как инструмент управления общественным мнением в концепции Н. Лумана
10. П. Бурдьё об общественном мнении
11. Модернистские и постмодернистские теории общественного мнения: преемственность и различия
12. Проблема соотношения субъекта и объекта общественного мнения. Типология объектов общественного мнения
13. Общественность и социальная стратификация
14. Категории «Общественное мнение», «общественное сознание» и «массовое сознание»: взаимосвязь и различия
15. Общественное мнение и социализация
16. Общественное мнение как инструмент формирования политической реальности и средство политической манипуляции
17. Основные закономерности динамики общественного мнения
18. Основные факторы и способы изменения общественного мнения
19. Целерациональная, актуальная и аккумулятивная модели социального поведения и деятельности в объяснительных моделях деятельностного подхода. Возможности и перспективы применения деятельностного подхода в изучении общественного мнения
20. Прикладные социологические методы изучения общественного мнения: наблюдение, анализ документов (контент-анализ), фокус-группа, опросные методы
21. Изучение общественного на уровне оперативного сознания населения (рейтинги, зондажи и т.д.).
22. Фиксирование устойчивых структур массового сознания (изучение менталитета, национального характера и т.д.)
23. Комплексное социально-политическое моделирование: социальный эксперимент, контент-анализ, дискурс- анализ, интент-анализ
24. Универсальные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп
25. Психологические аспекты влияния на общественное мнение
26. Лидеры общественного мнения и группы интересов как индикаторы общественного мнения и средства воздействия на него
27. Основные формы манипулирования общественным мнением
28. Понятие, функции и роль массовой коммуникации

29. Основные современные каналы массовой коммуникации как источники влияния на индивидуальное и общественное мнение
30. Место и роль СМИ в формировании общественного мнения
31. Средства массовой информации, власть и гражданское общество: проблемы взаимовлияния и взаимосогласования
32. ОМ как ключевой фактор формирования PR-технологий
33. Специфика PR-технологий в рамках различных социально-политических структур
34. Тоталитарный режим и общественное мнение
35. Общественное мнение в демократических режимах
36. Роль общественного мнения во взаимодействии властвующей элиты и масс
37. Политическая идеология, политический имидж, политическая реклама и общественное мнение
38. Электронный процесс и общественное мнение
39. Основные факторы, социальные структуры и механизмы, формирования общественного мнения в современной России
40. Актуальные тенденции эволюции общественного мнения в России
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-4	У-4	Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Эссе