Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Колесникова Марина Евгеньевна
Должность: директор Гуманитарного института
Дата подписания: 31.05.2023 16:12:26
Уникальный программный ключ:
f2fdf4a0434186b29b9d134129abde65f78623d5

**Аннотация дисциплины**

| | |
|---|---|
| Наименование дисциплины (модуля) | **Управление общественным мнением в медиакоммуникациях** |
| Содержание дисциплины (модуля) | Теория как форма научного знания. Научное исследование в сфере массмедийной коммуникации. Типология исследований в сфере массмедийной коммуникации в российской и зарубежной науке. Логика процесса научного исследования. Уровни научного исследования. Задачи исследователя. Базисные понятия теоретических знаний в сфере массмедийной коммуникации.<br>Понятия интегрированных маркетинговых коммуникаций и стратегических коммуникаций в современной российской и зарубежной науке. Актуальные проблемы современной российской и зарубежной науки в сфере массмедийной коммуникации. Актуальные проблемы современной российской науки. Современные тенденции в зарубежной науке. Структура научного исследования. Определение объекта и предмета научного исследования. Обоснование актуальности в структуре научного исследования. Методология научного познания. Сущность понятия «метод». Методы обработки информации. Концепции системного подхода к научным исследованиям. Системный анализ в структуре современных научных исследований. Типология методов научного исследования. Основные методы проведения научного исследования в сфере массмедийной коммуникации. |
| Результаты освоения дисциплины (модуля) | Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Умеет решать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью, использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта. Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта, используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта. Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта. Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами, использует базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами. Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами. Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Владеет навыками корпоративной культуры, применяет |

| | |
|---|---|
| | систему знаний при осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий. |
| Трудоемкость, з.е. | 3 з.е. |
| Формы отчетности | Зачет с оценкой |
| **Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины** | |
| Основная литература | Технологии управления общественным мнением : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова, О. В. Милаева [и др.]. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 241 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564679 – Библиогр.: с. 237 - 238. – ISBN 978-5-9729-0306-1. – Текст : электронный.<br>Климантова, Г. И. Методология и методы социологического исследования : учебник / Г. И. Климантова, Е. М. Черняк, А. А. Щегорцов. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 256 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573211 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03248-6. – Текст : электронный. |
| Дополнительная литература | Фененко, Ю. В. Социология управления : учебник / Ю. В. Фененко. – Москва : Юнити, 2015. – 215 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436702 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-02151-5. – Текст : электронный.<br>Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4. – DOI 10.23681/443847. – Текст : электронный. |