**АННОТАЦИЯ**

**учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением»**

**Направление подготовки:** 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр, 3-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» входит в базовую часть ООП бакалавриата и является обязательной для изучения. Курс «Технологии управления общественным мнением» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Введение в имиджелогию», а также с производственными практиками и ГИА. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к научно-исследовательской и практической профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций, в том числе и в Интернет.

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единиц (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарскими занятиями. Семинарские занятия проводятся с использованием таких образовательных технологий, как проблемное, групповое и проектное обучение, кейс-стади.

Основная **цель** дисциплины «Технологии управления общественным мнением» состоит в ознакомлении студентов с институтом общественного мнения и технологиями управления им в офлайн и онлайн системах (Интернете).

**Задачи** дисциплины «Технологии управления общественным мнением»:

1. сформировать у студентов положительную мотивацию на использование различных технологий управления общественным мнением в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации;
2. дать знания о структуре общественного мнения, его функциях и роли в обеспечении внутренней и внешней коммуникации организации / базисного субъекта;
3. познакомить с технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет;
4. продемонстрировать механизм формирования и структурные элементы общественного мнения на основе методов его изучения и анализа.

Изучаемые вопросы необходимы для освоения профильных дисциплин, а также для выполнения проектных и выпускных квалификационных работ. В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

* ПК-6 – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
* СПК-1 – владением технологиями формирования и управления имиджем социального субъекта в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос и выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины, выполнение этих работ является обязательным для всех студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** зачет.