

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2026 14:56:39

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ РАБОТЫ С ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы работы с общественным мнением» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение методов формирования, управления и влияния на общественное мнение, а также развитие навыков анализа реакций общественности и эффективного взаимодействия с различными аудиториями.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понимания процессов формирования общественного мнения; развитие навыков эффективного взаимодействия с широкой аудиторией; умение анализировать общественные настроения и реакции на различные явления, а также осуществлять коммуникацию с общественностью на профессиональном уровне.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Основы работы с общественным мнением» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4 Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно; УК-4.5 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.6 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.7 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Основы работы с общественным мнением» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Основы работы с общественным мнением».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-4	Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	Русский язык как иностранный**; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Иностранный язык**; Второй иностранный язык (практический курс); Русский язык и культура речи;	Внутренние коммуникации**; Практикум ведения переговоров**; Профессиональный иностранный язык (факультатив); Второй иностранный язык (практический курс); Визуальная идентификация брендов**; Нейминг**; Введение в лингвомаркетинг**; Русский язык как иностранный**; Основы контент-маркетинга**; HR-коммуникации в PR**; Интеллектуальное право**; Современные форматы Sales Promotion**; Контент цифровых медиа**; Юридическое сопровождение в рекламе и PR**; Социальный маркетинг**; Иностранный язык**; Преддипломная практика;
ПК-4	Способен применять	Учебная практика;	Разработка

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	<p> типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании</p>	<p>Социология;</p>	<p>коммуникационного проекта**; Технологии создания рекламного образа**; Медиапланирование; Введение в политические коммуникации**; PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы**; Сторителлинг**; Дизайн-мышление**; Менеджмент цифровых коммуникаций; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Управление человеческими ресурсами; Управление лояльностью; Основы продвижения на маркетплейсах; Практика мультимедийного контента**; Продакт плейсмент**; Знаковые системы в дизайне**; Индустрия маркетинговых услуг**; Практика социальной рекламы**; Практика цифровых коммуникаций**; Производственная (проектная) практика; Производственная (ознакомительная) практика; Преддипломная практика;</p>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы работы с общественным мнением» составляет «3» зачетные единицы

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			3
Контактная работа, ак.ч	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	65		65
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы*

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Теоретические основы формирования общественного мнения	1.1	Роль общественного мнения в современном информационном обществе.	В информационном обществе общественное мнение — это быстро формирующийся через цифровые каналы агрегат установок и ожиданий, влияющий на репутацию и решения организаций. Тема охватывает механизмы формирования (медиа, лидеры мнений, алгоритмы), методы измерения и этичного управления восприятием, а также риски и их снижение (фейки, эхо-камеры).	ЛК, СЗ
		1.2	Факторы, влияющие на формирование общественного мнения.	На формирование общественного мнения влияют источники информации и их доверие (СМИ, соцсети, лидеры мнений), алгоритмы дистрибуции контента, фрейминг/прайминг, эмоциональная подача и личный опыт. Существенную роль играют социальная идентичность и нормы группы, демография и культура, уровень медиаграмотности, а также шум/дезинформация и эффект эхо-камер.	ЛК, СЗ
		1.3	Технологии и инструменты изучения общественного мнения.	Инструменты: репрезентативные опросы, фокус-группы и глубинные интервью; панели и трекинг-исследования; анализ соцмедиа и новостных потоков (NLP, тональность, сетевой анализ), веб-аналитика и А/В-тесты; нейромаркетинг/биометрия. Технологии: дашборды мониторинга, краудсорсинг/онлайн-панели, big data и машинное обучение для сегментации и прогнозов, с акцентом на валидность выборки, кросс-проверку и этику данных.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегии и тактики работы с общественным мнением	2.1	Планирование коммуникационных кампаний для воздействия на общественное мнение.	Планирование включает постановку целей и KPI, выбор и сегментирование аудиторий, формирование инсайтов, позиционирования и единого сообщения, разработку нарративов, контент-плана, медиамикса, тайминга и бюджета. Реализация опирается на пилотирование и А/В-тесты, партнерства и лидеров мнений, дашборд-мониторинг (охват, бренд-лифт, тональность, конверсии), управление рисками и итерационные корректировки с соблюдением этики и прозрачности.	ЛК, СЗ
		2.2	Инструменты репутационного менеджмента и кризисного PR.	Репутационный менеджмент: мониторинг медиа и соцсетей, картирование стейкхолдеров, единое позиционирование и месседжи, контент и лидерство мнений, управление отзывами	ЛК, СЗ
		2.3	Методы анализа и оценки результативности коммуникационной деятельности.	Определение KPI и сбор данных из медиа, соцсетей, веб-аналитики и опросов; ключевые метрики: охват, частота, вовлечение, тональность, знание/доверие, бренд-лифт, NPS, трафик и конверсии. Методы: контент- и сетевой анализ, опросы/панели, эксперименты и А/В-тесты	ЛК, СЗ
Раздел 3	Этика и профессиональные стандарты работы с общественным мнением	3.1	Вопросы этической ответственности в области коммуникаций и PR.	Честность и прозрачность, уважение к приватности и информированному согласию, недопустимость манипуляций/дезинформации, предотвращение конфликтов интересов, корректная маркировка рекламы и ИИ-контента, культурная чувствительность и забота об уязвимых группах.	ЛК, СЗ
		3.2	Принципы и правила взаимодействия с медиа и общественностью.	Ключевые принципы: прозрачность, оперативность и точность, единые месседжи и подготовленные спикеры, уважение к запросам СМИ/общественности	ЛК, СЗ
		3.3	Практические кейсы и обучающие сценарии для развития навыков работы с	Разбор реальных кейсов сегментированных аудиторий с фокусом на инсайты, барьеры, месседжи и выбор каналов коммуникации. Тренировочные сценарии: ролевая пресс-сессия, работа с негативом, адаптация сообщения под разные стейкхолдеры,	СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
		различными аудиториями.	метрики эффективности и разбор ошибок.	

* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR : учебное пособие для вузов / Г. Н. Крайнов. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-8968-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/185976> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Макеев, В. А. Психология управления / В. А. Макеев. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 288 с. — ISBN 978-5-507-46488-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/333263> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Хазбулатов, Т. М. Менеджмент. Курс лекций и практических занятий : учебное пособие для вузов / Т. М. Хазбулатов, А. С. Красникова, О. В. Шишкин. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 240 с. — ISBN 978-5-507-44527-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/233306> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Аргылов, Н. А. Лекции о локальных медиа : учебное пособие / Н. А. Аргылов. — Санкт-Петербург : Аргылов Н. А., 2023. — 124 с. — ISBN 978-5-00125-719-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/297053> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Савельева, О. О. Российская история рекламы : учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — Москва : Дашков и К, 2023. — 573 с. — ISBN 978-5-394-05387-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/330455> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Бушев, А. Б. Связи с общественностью: кризисная и конфликтная коммуникация в цифровую эпоху : учебное пособие для вузов / А. Б. Бушев. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 140 с. — ISBN 978-5-507-48483-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/385982> (дата обращения: 20.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Основы работы с общественным мнением».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИКИ

Доцент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Осмоловская А.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О