

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



«УТВЕРЖДАЮ»
Проректор по
образовательной деятельности
А.А. Панфилов
« 29 » 08 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования бакалавриат

Форма обучения очная

Се- местр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Прак- тич. за- нятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
7	5 ЗЕТ, 180 ч.	18	36		126	Зачет
Итого	5 ЗЕТ, 180 ч.	18	36		126	Зачет

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Ознакомление с особенностями деятельности по связям с общественностью, приобретение навыков работы с разными группами общественности.

Применительно к подготовке бакалавра рекламы и связей с общественностью в курсе «Технологии манипулирования общественным сознанием» основное внимание уделяется проблемам, критического анализа текста в общем информационном потоке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Технологии манипулирования общественным сознанием» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

Учебная программа курса базовые знания о работе рекламного отдела, организации. Определяет основные принципы работы с различными видами текстов. Изучение дисциплины базируется на современном подходе к теории и практике российской и мировой индустрии рекламы, выделяет принципы структурно-семантического и –контент анализов . Дает возможность ознакомиться с методикой дискурсивного подхода.

Данная дисциплина тесно связана с широким кругом других дисциплин («Теория и практика массовой коммуникации», «Основы медиапланирования», «Связи с общественностью и PR технологии»).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Профессиональные компетенции (ПК):

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации(ПК-6)

способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью(ПК-1)

Знать

- коммуникативную инфраструктуру организации (ПК-6)

Уметь

- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью(ПК-1)

Владеть:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации(ПК-6)
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью(ПК-1)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Раздел(тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		СРС		
1	Теоретические основы манипуляции. Лебон - «Душа толпы»	7	1-4	2	8			21	5/50%	
2	Манипулятивные техники в истории.	7	5-7	2	4			21	3/50%	Рейтинг-контроль 1
3	Манипулятивные технологии в гос. структурах 20 века	7	8-10	4	8			21	6/50%	
4	Якорный эффект и отвлечение внимания.	7	11-14	2	4			21	3/50%	Рейтинг-контроль 2
5	Применение технологий при воздействии в военной время. Плакаты, лозунги, карикатуры.	7	15-16	4	4			21	4/50%	

6	Современные информационные технологии манипуляции. Информационные войны	7	17-18	4	8		21		6/50%	Рейтинг-контроль 3
Всего			18	18	36		126		27/50 %	зачет

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией), которая предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы. Диалог требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей, их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Задание для первого рейтинг-контроля

Аналитическая работа «Методы социологических исследований»

Задание для второго рейтинг-контроля

Творческая работа «Составление комбинированных методик распространения информации»

Задание для третьего рейтинг-контроля

Творческая работа «Анализ и прогнозирование ситуации на основе манипулятивных систем»

Контрольные вопросы для зачета

1. Условия манипулирования
2. Окно возможностей Овертона
3. Якорный эффект
4. Эффект уклонения от потерь
5. Принцип последовательности
6. Принцип взаимного обмена
7. Принцип общественного доказательства
8. Принцип авторитета
9. Эффект ореола
10. Эффект бумеранга
11. Эффект края
12. Эффект недавности
13. Эффект войны миров
14. Эффект повестки дня
15. Спираль умолчания
16. «Железнодорожный» тест
17. Эффект оркестрового вагона
18. Децепция
19. Дезинформация
20. Методы воздействия на ЛПР
21. Метод постепенно принятия

Примерные вопросы для самостоятельной работы

1. Какие примеры текстов манипулятивной направленности в истории Вы можете привести ?
2. Определить каналы распространения информации после возникшего события.
3. Описать методы скрытого воздействия на аудиторию
4. Почему информационное воздействие прежде всего направлено на ЛПР.
5. Каковы особенности воздействия в военное время.

6. Анализ исторических документов и обращений.
7. Количественный и качественный анализ.
8. Контент-анализ как один из методов изучения документов.
9. Анализ действий правителей при смене власти , античность, эпоха

Возрождения, 19-20 век.

10. Борцы за свободу США.
11. Комитет Криля,
12. Технологии «Займа свободы».
13. Системы отвлечения внимания
14. Методы и инструменты дезинформации.
15. Тактические приемы воздействия на противника через ЛПР.
16. Вирусное распространение информации.
17. Подмена понятий.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основная литература

1. Акмалова А.А. Капицын В.М. Роль знаков и символов в обеспечении социального единства / Социально-гуманитарные знания, № 4, 2013
2. Связи с общественностью: гражданский диалог [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кузьменкова М.А. - М. : Издательство Московского государственного университета, 2012. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211058095.html>
3. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Г. Вирен. - М. : Аспект Пресс, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707014.html>

Дополнительная литература

1. . Психология влияния [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Т.М. Харламова. - 3-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2011. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976501393.htm>
2. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникационные стратегии [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - М. : Аспект Пресс, 2011. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705980.html>

<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705980.html>

Периодические издания

Журнал «Медиа-бизнес»

Журнал «Пресс-служба»

Интернет-ресурсы

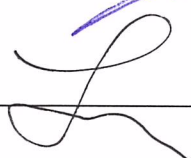
ПР-портал Sovetnik [электронный ресурс]: <http://www.sovetnik.ru/>

8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная учебная аудитория 229, количество студенческих мест – 50, оснащение:доска интерактивная SMART Board 685 (диагональ 87), презентационный проектор Epson «ЕВ-1860», экран Projecta настенный рулонный, документ-камера Eloam S600, акустическая система Samsung HW-J550/RU, персональный компьютер в составе: ThinkCentre M70e/keyb/mouse/L1900p19

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Рабочую программу составил ст. преподаватель кафедры ЖРСО Никешин А.А. 

Рецензент Директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

Протокол № 1 от 29.08.16 года

Заведующий кафедрой  Говердовская-Привезенцева С.А.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 1-УМК от 29.08.16 года

Председатель комиссии  Говердовская-Привезенцева С.А.

