

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.03.2026 14:43:55  
Уникальный программный ключ:  
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**

**«Дагестанский государственный технический университет»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина Технологии управления общественным мнением  
наименование дисциплины по ОПОП

для направления (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
код и полное наименование направления (специальности)

по профилю (специализации, программе) Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления

факультет Таможенного дело и судебной экспертизы  
наименование факультета, где ведется дисциплина

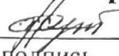
кафедра Психологии и социокультурного сервиса  
наименование кафедры, за которой закреплена дисциплина

Форма обучения очная, заочная, курс 3/4 семестр (ы) 5/7  
очная, очно-заочная, заочная

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления.

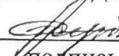
Разработчик \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Магомедова П.А., к.э.н.  
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

«12» 09. 2019 г.

Зав. кафедрой, за которой закреплена дисциплина (модуль) \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Сулаева Ж.А., д.филол.н, доцент  
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

«12» 09. 2019 г.

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры ПиСКС от 12.09.2019 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному направлению (специальности, профилю) \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Сулаева Ж.А., д.филол.н, доцент  
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

«12» 09. 2019 г.

Программа одобрена на заседании Методической комиссии факультета Таможенного дела и судебной экспертизы от 16.09.19 года, протокол № 1.

Председатель Методической комиссии факультета \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Аминова Р.К., к.э.н.  
подпись (ФИО уч. степень, уч. звание)

«16» 09 20 19 г.

И.о. декана факультета \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Эмирова Г.А.  
подпись ФИО

/Начальник УО \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Магомаева Э.В.  
подпись ФИО

И.о.начальника УМУ \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Гусейнов М.Р.  
подпись ФИО

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Технологии управления общественным мнением» является формирование у студентов представлений об основах управления общественным мнением; механизмы и процессы формирования общественного мнения; знания о законах и закономерностях функционирования общественного мнения, умений, позволяющих его выявлять; анализ и обоснования эффективных технологий управления общественным мнением в современной России.

Достижение поставленной цели реализуется посредством решения следующих задач дисциплин:

получение студентами знаний, навыков и умений, необходимых для анализа и самостоятельного выявления главных тенденций и перспектив развития, понимания места и роли технологий манипулирования общественным мнением в современном мире в различных областях человеческой жизнедеятельности;

изучение технологий манипулирования;

формирование у студентов знаний о сущности, предмете, истории, задачах формирования общественного мнения, а также принципах разработки коммуникативных технологий;

изучение нормативно-правовых, организационно-технологических, технико-экономических и социально-политических компонентов, влияющих на общественное мнение.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП**

2.1. Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» относится к части дисциплин формируемой участниками образовательных отношений. Данная дисциплина рассматривает вопросы, связанные с пониманием места и роли технологий манипулирования общественным мнением в современном мире в различных областях человеческой жизнедеятельности; изучение технологиям манипулирования.

Минимальные требования к «входным» знаниям, умениям необходимым для успешного усвоения данной дисциплины является: удовлетворительное усвоение социологии и философии, основ теории коммуникации.

2.2. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины: «Социология», «Социология массовых коммуникаций», «Теории и практики рекламы», «Психология массовых коммуникаций».

2.3. Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: «Основы интегрированных коммуникаций», «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности», «Производство и распространение рекламного продукта», «Методология и методы исследований в области рекламы и связей с общественностью».

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

В результате освоения дисциплины «Технологии управления общественным мнением» студент должен овладеть следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции  | Наименование показателя оценивания (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)   |
|-----------------|---|--|
| ОПК-4           | Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | <p>ОПК-4.1.<br/>Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>ОПК-4.2.<br/>Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>   |
| ПК-1            | Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ             | <p>ПК-1.1 Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ</p> <p>ПК-1.2. Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>ПК-1.3. Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>ПК-1.4. Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта</p> |

|      |   |  |
|------|---|--|
|      |   | <p>продукции СМИ в поисковых системах</p> <p>ПК-1.5. Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях</p> <p>ПК-1.6. Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия</p>   |
| ПК-3 | Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | <p>ПК-3.1. Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>ПК-3.2. Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции</p> <p>ПК-3.3. Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов</p> <p>ПК-3.4. Анализ эффективности продвижения продукции СМИ</p> <p>ПК-3.5. Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</p> |

#### 4. Объем и содержание дисциплины (модуля)

| <b>Форма обучения</b>  | <b>очная</b>    | <b>очно-заочная</b> | <b>заочная</b> |
|--|-----------------|---------------------|----------------|
| Общая трудоемкость по дисциплине (ЗЕТ/ в часах)  | 5/180           | -                   | 5/180          |
| Лекции, час  | 34              | -                   | 9              |
| Практические занятия, час  | 34              | -                   | 9              |
| Лабораторные занятия, час  | -               | -                   | -              |
| Самостоятельная работа, час  | 76              | -                   | 153            |
| Курсовой проект (работа), РГР, семестр   | 5               | -                   | 7              |
| Зачет (при заочной форме <b>4 часа</b> отводится на контроль)  | -               | -                   | -              |
| Часы на экзамен (при очной, очно-заочной формах <b>1 ЗЕТ – 36 часов</b> , при заочной форме <b>1 ЗЕТ – 9 часов</b> ) | 36 ч. (экзамен) | -                   | 9 ч. (экзамен) |

#### 4.1.Содержание дисциплины (модуля)

| №<br>п/п | Раздел дисциплины, тема лекции и вопросы   | Очная форма |    |    |    | Очно-заочная форма |    |    |    | Заочная форма |    |    |    |
|----------|--|-------------|----|----|----|--------------------|----|----|----|---------------|----|----|----|
|          |  | ЛК          | ПЗ | ЛБ | СР | ЛК                 | ПЗ | ЛБ | СР | ЛК            | ПЗ | ЛБ | СР |
|          | Раздел I.: Общественное мнение, его структура и функции  |             |    |    |    |                    |    |    |    |               |    |    |    |
| 1        | <p><b>Тема 1. История изучения общественного мнения.</b></p> <p>1. Зарождение представлений об общественном мнении (античная философия, мыслители итальянского гуманизма, Н.Маккиавелли, Дж.Локк, Ж.- Ж.Руссо, французские материалисты, Дж.Мэдисон, Т.Джефферсон, И.Кант, Г.Гегель, А. де Токвиль, Дж.Ст.Милль, И.Бентам).</p> <p>2. Зарождение публичной сферы. Ю.Хабермас о динамике публичной сферы.</p> <p>3. Понимание категорий общественно-го мнения и публичной сферы в социальной мысли XX века (Г.Тард, Г.Лебон, В.Липпман, А.Лоуэлл, Дж.Гэллап, Х.Ортега-И-Гассет, Т.Адорно, Ю.Хабермас, Э.Ноэль-Нойман, П.Бурдьё).</p> <p>4. Двойственная природа общественного мнения и двойственность методологических подходов к познанию его сущности.</p> <p>5. Основные признаки ОМ.</p> <p>6. Понятие и природа мнения.</p> <p>7. Исторические типы объектов: субъект публичной сферы эпохи Просвещения, электорат, элиты, народной большинство.</p> | 2           | 2  |    | 6  | -                  | -  | -  | -  | 2             | -  | -  | 10 |

|   |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 2 | <p><b>Тема 2. Общественное мнение – само - сознание общества. Дедуктивная гносеологическая концепция общественного мнения.</b></p> <p>1. Общественное мнение и общественное сознание.<br/> 2. Общественное мнение и уровни общественного сознания.<br/> 3. Общественное мнение и формы общественного сознания.<br/> 4. Роль языка и общения в формировании и развитии сознания.</p>   | 2 | 2 |  | 6 | - | - | - | - | - | - | - | 10 |
| 3 | <p><b>Тема 3. Общественное мнение как социальный институт.</b></p> <p>1. Основные характеристики института общественного мнения: механизмы нормативного регулирования, роли, статусы, функции.<br/> 2. Взаимодействие с другими социальными институтами.<br/> 3. Сфера и институт общественного мнения.</p>   | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | 2 | - | 10 |
| 4 | <p><b>Тема 4. Структура и функции общественного мнения.</b></p> <p>1. Базисная (статическая структура) общественного мнения.<br/> 2. Функции общественного мнения.<br/> 3. Стадии цикла развития общественного мнения.</p>  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | 2 | - | - | 10 |
|   | Раздел II.: Механизмы формирования общественного мнения   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
| 5 | <p><b>Тема 5. Стадии и механизмы формирования общественного мнения</b></p> <p>1. Факторы формирования общественного мнения (образы, идеи, интересы).<br/> 2. Механизмы и процесс формирования общественного мнения (зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание).<br/> 3. Процесс формирования, выражения, функционирования общественного мнения как механизма регуляции массового поведения.<br/> 4. Формы и каналы проявления общественного мнения.</p> | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | 2 | - | 10 |

|   |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|--|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 6 | <p><b>Тема 6. Роль СМИ в процессе формирования и функционирования общественного мнения.</b></p> <p>1. Средства массовой коммуникации (СМК): понятие, сущность, структура</p> <p>2. Теоретические обоснования роли СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения</p> <p>3. Использование СМК в процессе манипулирования общественным мнением</p>  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | - | - | 10 |
| 7 | <p><b>Тема 7. Социологический и социально-психологический подходы к общественному мнению.</b></p> <p>1. Массовые вкусы, массовые настроения.</p> <p>2. Массовые поведенческие проявления общественного мнения.</p> <p>3. Манипулятивные возможности средств массовой коммуникации.</p> <p>4. Значения контроля за информационными потоками для социального управления.</p>   | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | 2 | - | - | 10 |
| 8 | <p><b>Тема 8. Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос</b></p> <p>1. История становления прессовых, почтовых и телефонных опросов</p> <p>2. Технология подготовки и организации прессового опроса.</p> <p>3. Область применения прессового опроса.</p> <p>4. Достоинства и недостатки почтового опроса.</p> <p>5. Методы повышения возврата при почтовом опросе. 6. Тотальная стратегия почтового опроса.</p> <p>7. Телефонный опрос как экспресс - метод изучения общественного мнения: достоинства, недостатки, условия и технология применения.</p> <p>8. Онлайн-опрос общественного мнения.</p> | 2 | 2 |  | 6 | - | - | - | - | - | - | - | 8  |
|   | Раздел III: Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |    |

|    |   |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9  | <b>Тема 9. Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества</b><br>1. Функционирование общественного мнения в социально-экономической сфере общества.<br>2. Общественное мнение и политика.<br>3. Особенности институализации общественного мнения в духовно-идеологической и культурной сферах общества.  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | 2 | - | - | 8 |
| 10 | <b>Тема 10. Взаимодействие человека и информационной среды.</b><br>1. Взаимодействие человека и информационной среды: проблема информационно-психологической безопасности личности.<br>2. Основные источники информационно-психологического воздействия на человека.  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | 2 | - | 8 |
| 11 | <b>Тема 11. Информационно-психологическое воздействие в массовых информационных процессах и особенности его анализа.</b><br>1. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.<br>2. Техника формирования доверия и привязанности к коммуникатору.<br>3. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах. | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | - | - | 8 |
| 12 | <b>Тема 12. Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения</b><br>1. Слухи в социальной коммуникации.<br>2. Формирование общественного мнения под воздействием слухов.<br>3. Слухи и провокации как техника информационно-психологического воздействия.  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | 1 | - | - | 8 |

|    |  |   |   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|--|---|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 13 | <p><b>Тема 13. Общие правила и требования к проведению информационно-пропагандистских акций в процессе осуществления психологических операций.</b></p> <p>1. Характеристика основных компонентов информационно-психологических операций в сфере внутривнутриполитических отношений.</p> <p>2. Основные средства информационно-психологического воздействия на человека.</p> <p>3. Ложь как социально-психологический феномен.</p>  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | 2 | - | 8 |
| 14 | <p><b>Тема 14. Социально-психологические истоки формирования склонности ко лжи и манипулированию другими людьми.</b></p> <p>1. Психологические проблемы выявления неискренности, дезинформирования и манипуляций в межличностном взаимодействии.</p> <p>2. Потребности, интересы, склонности как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> <p>3. Регуляторы активности человека, субъективные отношения, мировоззрение, убеждения, верования, смысловые, целевые, операциональные установки, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | - | - | 8 |
| 15 | <p><b>Тема 15. Структуры и способы мышления как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b></p> <p>1. Когнитивные структуры, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> <p>2. Способ мышления, стиль поведения и общения, привычки, умения, навыки как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p>  | 2 | 2 |  | 4 | - | - | - | - | - | - | - | 8 |

|  |  |   |           |  |           |                                    |   |   |   |  |          |   |            |
|--|--|---|-----------|--|-----------|------------------------------------|---|---|---|--|----------|---|------------|
| 16   | <b>Тема 16. Психические состояния, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b><br>1. Ценностные ориентации, лежащие в основе логической цепочки – «определенная социальная позиция – социальные установки – определенные действия».<br>2. Социальнополитические мифы как средство контроля массового сознания и программирования оценки и поведение людей. | 2   | 2         |  | 6         | -                                  | - | - | - | -  | -        | - | 8          |
| 17   | <b>Тема 17. Приемы и алгоритмы манипулятивного влияния.</b><br>1. Приемы манипулятивного влияния на потребительскую социальную практику.<br>2. Алгоритм противостояния манипулятивной коммуникации.  | 2   | 2         |  | 4         | -                                  | - | - | - | -  | 1        | - | 11         |
| <b>ИТОГО за 5 семестр/ 7 семестр (заочно)</b>                                  |  | <b>34</b>   | <b>34</b> |  | <b>76</b> | -                                  | - | - | - | <b>9</b>                                   | <b>9</b> | - | <b>153</b> |
| Форма текущего контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) |  | Входная конт.работа<br>1 аттестация 1-5 тема<br>2 аттестация 6-10 тема<br>3 аттестация 11-15 тема |           |  |           |                                    |   |   |   | Входная конт.работа;<br>Контрольная работа |          |   |            |
| Форма промежуточной аттестации (по семестрам)                                  |  | Зачет/ зачет с оценкой/<br>экзамен  |           |  |           | Зачет/ зачет с оценкой/<br>экзамен |   |   |   | Зачет/ зачет с оценкой/<br>экзамен         |          |   |            |
| <b>Итого</b>   |  | <b>34</b>   | <b>34</b> |  | <b>76</b> | -                                  | - | - | - | <b>9</b>                                   | <b>9</b> | - | <b>153</b> |

#### 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

| № п/п | № лекции из рабочей программы | Наименование практического (семинарского) занятия   | Количество часов |             |        | Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы) |
|-------|-------------------------------|---|------------------|-------------|--------|---|
|       |                               |   | Очно             | Очно-заочно | Заочно |   |
| 1     | 2                             | 3   | 4                | 5           | 6      | 7   |
| 1     | 1                             | <p><b>Тема 1. История изучения общественного мнения.</b></p> <p>1. Зарождение представлений об общественном мнении (античная философия, мыслители итальянского гуманизма, Н.Макиавелли, Дж.Локк, Ж.- Ж.Руссо, французские материалисты, Дж.Мэдисон, Т.Джефферсон, И.Кант, Г.Гегель, А. де Токвиль, Дж.Ст.Милль, И.Бентам).</p> <p>2. Зарождение публичной сферы. Ю.Хабермас о динамике публичной сферы.</p> <p>3. Понимание категорий общественно-го мнения и публичной сферы в социальной мысли XX века (Г.Тард, Г.Лебон, В.Липшман, А.Лоуэлл, Дж.Гэллап, Х.Ортега-И-Гассет, Т.Адорно, Ю.Хабермас, Э.Ноэль-Нойман, П.Бурдьё).</p> <p>4. Двойственная природа общественного мнения и двойственность методологических подходов к познанию его сущности.</p> <p>5. Основные признаки ОМ.</p> <p>6. Понятие и природа мнения.</p> <p>7. Исторические типы объектов: субъект публичной сферы эпохи Просвещения, электорат, элиты, народная большинство.</p> | 2                | -           | -      | Основная литература №1  |
| 2     | 2                             | <p><b>Тема 2. Общественное мнение – само - сознание общества. Дедуктивная гносеологическая концепция общественного мнения.</b></p> <p>1. Общественное мнение и общественное сознание.</p> <p>2. Общественное мнение и уровни общественного сознания.</p>  | 2                | -           | -      | Основная литература №1,6  |

|   |   |  |   |   |   |   |
|---|---|--|---|---|---|---|
|   |   | 3. Общественное мнение и формы общественного сознания. 4. Роль языка и общения в формировании и развитии сознания.   |   |   |   |   |
| 3 | 3 | <b>Тема 3. Общественное мнение как социальный институт.</b><br>1. Основные характеристики института общественного мнения: механизмы нормативного регулирования, роли, статусы, функции.<br>2. Взаимодействие с другими социальными институтами.<br>3. Сфера и институт общественного мнения.   | 2 | - | 2 | Основная литература №2, дополнительная №7 |
| 4 | 4 | <b>Тема 4. Структура и функции общественного мнения.</b><br>1. Базисная (статическая структура) общественного мнения.<br>2. Функции общественного мнения.<br>3. Стадии цикла развития общественного мнения.  | 2 | - | - | Основная литература №5, дополнительная №8 |
| 5 | 5 | <b>Тема 5. Стадии и механизмы формирования общественного мнения</b><br>1. Факторы формирования общественного мнения (образы, идеи, интересы).<br>2. Механизмы и процесс формирования общественного мнения (зарождение, формирование, функционирование, спад, отмирание).<br>3. Процесс формирования, выражения, функционирования общественного мнения как механизма регуляции массового поведения.<br>4. Формы и каналы проявления общественного мнения. | 2 | - | 2 | Основная литература №6, дополнительная №8 |
| 6 | 6 | <b>Тема 6. Роль СМИ в процессе формирования и функционирования общественного мнения.</b><br>1. Средства массовой коммуникации (СМК): понятие, сущность, структура<br>2. Теоретические обоснования роли СМК в процессе  | 2 | - | - | Основная литература №4                    |

|   |   |   |   |   |   |                        |
|---|---|---|---|---|---|------------------------|
|   |   | <p>формирования и функционирования общественного мнения</p> <p>3. Использование СМК в процессе манипулирования общественным мнением</p>   |   |   |   |                        |
| 7 | 7 | <p><b>Тема 7. Социологический и социально-психологический подходы к общественному мнению.</b></p> <p>1. Массовые вкусы, массовые настроения.</p> <p>2. Массовые поведенческие проявления общественного мнения.</p> <p>3. Манипулятивные возможности средств массовой коммуникации.</p> <p>4. Значения контроля за информационными потоками для социального управления.</p>  | 2 | - | - | Основная литература №1 |
| 8 | 8 | <p><b>Тема 8. Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос</b></p> <p>1. История становления прессовых, почтовых и телефонных опросов</p> <p>2. Технология подготовки и организации прессового опроса.</p> <p>3. Область применения прессового опроса.</p> <p>4. Достоинства и недостатки почтового опроса.</p> <p>5. Методы повышения возврата при почтовом опросе.</p> <p>6. Тотальная стратегия почтового опроса.</p> <p>7. Телефонный опрос как экспресс - метод изучения общественного мнения: достоинства, недостатки, условия и технология применения.</p> <p>8. Онлайн-опрос общественного мнения.</p> | 2 | - | - | Основная литература №3 |
| 9 | 9 | <p><b>Тема 9. Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества</b></p> <p>1. Функционирование общественного мнения в социально-экономической сфере общества.</p> <p>2. Общественное мнение и политика.</p>   | 2 | - | - | Основная литература №5 |

|    |    |   |   |   |   |   |
|----|----|---|---|---|---|---|
|    |    | 3. Особенности институализации общественного мнения в духовно-идеологической и культурной сферах общества.  |   |   |   |   |
| 10 | 10 | <b>Тема 10. Взаимодействие человека и информационной среды.</b><br>1. Взаимодействие человека и информационной среды: проблема информационно-психологической безопасности личности.<br>2. Основные источники информационно-психологического воздействия на человека.  | 2 | - | 2 | Основная литература №4                    |
| 11 | 11 | <b>Тема 11. Информационно-психологическое воздействие в массовых информационных процессах и особенности его анализа.</b><br>1. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.<br>2. Техника формирования доверия и привязанности к коммуникатору.<br>3. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах. | 2 | - | - | Основная литература №3, дополнительная №8 |
| 12 | 12 | <b>Тема 12. Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения</b><br>1. Слухи в социальной коммуникации.<br>2. Формирование общественного мнения под воздействием слухов.<br>3. Слухи и провокации как техника информационно-психологического воздействия.  | 2 | - | - | Основная литература №4                    |
| 13 | 13 | <b>Тема 13. Общие правила и требования к проведению информационно-пропагандистских акций в процессе осуществления психологических операций.</b><br>1. Характеристика основных компонентов информационно-психологических операций в сфере внутривнутриполитических отношений.  | 2 | - | 2 | Основная литература №5, дополнительная №8 |

|    |    |  |   |   |   |   |
|----|----|--|---|---|---|---|
|    |    | 2. Основные средства информационно-психологического воздействия на человека.<br>3. Ложь как социально-психологический феномен.   |   |   |   |   |
| 14 | 14 | <b>Тема 14. Социально-психологические истоки формирования склонности к лжи и манипулированию другими людьми.</b><br>1. Психологические проблемы выявления неискренности, дезинформирования и манипуляций в межличностном взаимодействии.<br>2. Потребности, интересы, склонности как мишени манипулятивного воздействия на личность.<br>3. Регуляторы активности человека, субъективные отношения, мировоззрение, убеждения, верования, смысловые, целевые, операциональные установки, как мишени манипулятивного воздействия на личность. | 2 | - | - | Основная литература №6, дополнительная №8 |
| 15 | 15 | <b>Тема 15. Структуры и способы мышления как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b><br>1. Когнитивные структуры, как мишени манипулятивного воздействия на личность.<br>2. Способ мышления, стиль поведения и общения, привычки, умения, навыки как мишени манипулятивного воздействия на личность.   | 2 | - | - | Основная литература №2                    |
| 16 | 16 | <b>Тема 16. Психические состояния, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b><br>1. Ценностные ориентации, лежащие в основе логической цепочки – «определенная социальная позиция – социальные установки – определенные действия».<br>2. Социально-политические мифы как средство контроля массового сознания и программирования оценки и поведение людей.  | 2 | - | - | Основная литература №2, дополнительная №7 |
| 17 | 17 | <b>Тема 17. Приемы и алгоритмы манипулятивного влияния.</b>  | 2 | - | 1 | Основная литература №3, дополнительная №6 |

|  |                        |  |           |          |          |  |
|--|------------------------|--|-----------|----------|----------|--|
|  |                        | 1. Приемы манипулятивного влияния на потребительскую социальную практику.<br>2. Алгоритм противостояния манипулятивной коммуникации. |           |          |          |  |
|  | <b>ИТОГО 5 семестр</b> |  | <b>34</b> | <b>-</b> | <b>9</b> |  |

#### 4.3. Тематика для самостоятельной работы студента

| № п/п | Тематика по содержанию дисциплины, выделенная для самостоятельного изучения  | Количество часов из содержания дисциплины |             |        | Рекомендуемая литература и источники информации | Формы контроля СРС |
|-------|--|---|-------------|--------|---|--------------------|
|       |  | Очно                                      | Очно-заочно | Заочно |   |                    |
| 1     | 2  | 3   | 4           | 5      |   |                    |
| 1     | <p><b>История изучения общественного мнения.</b></p> <p>1. Понимание категорий общественно-го мнения и публичной сферы в социальной мысли XX века (Г.Тард, Г.Лебон, В.Липпман, А.Лоуэлл, Дж.Гэллап, Х.Ортега-И-Гассет, Т.Адорно, Ю.Хабермас, Э.Ноэль-Нойман, П.Бурдьё).</p> <p>2. Двойственная природа общественного мнения и двойственность методологических подходов к познанию его сущности.</p> <p>3. Основные признаки ОМ.</p> <p>4. Понятие и природа мнения.</p> <p>5. Исторические типы объектов: субъект публичной сферы эпохи Просвещения, электорат, элиты, народной большинство.</p> | 6   | -           | 10     | Основная литература №1                          | Реферат            |
| 2     | <p><b>Общественное мнение – само - сознание общества. Дедуктивная гносеологическая концепция общественного мнения.</b></p> <p>1. Общественное мнение и формы общественного сознания.</p> <p>2. Роль языка и общения в формировании и развитии сознания.</p>  | 6   | -           | 10     | Основная литература №1,6                        | Тесты              |
| 3     | <p><b>Общественное мнение как социальный институт.</b></p> <p>1. Взаимодействие с другими социальными институтами.</p> <p>2. Сфера и институт общественного мнения.</p>  | 4   | -           | 10     | Основная литература №2, дополнительная №7       | Реферат            |
| 4     | <p><b>Структура и функции общественного мнения.</b></p> <p>1. Функции общественного мнения.</p>  | 4   | -           | 10     | Основная литература №6,                         | Эссе               |

|   |   |   |   |    |                              |                       |
|---|---|---|---|----|------------------------------|-----------------------|
|   | 2. Стадии цикла развития общественного мнения.  |   |   |    | дополнительная №8            |                       |
| 5 | <b>Стадии и механизмы формирования общественного мнения</b><br>1. Процесс формирования, выражения, функционирования общественного мнения как механизма регуляции массового поведения.<br>2. Формы и каналы проявления общественного мнения.   | 4 | - | 10 | Дополнительная литература №7 | Контрольная работа №1 |
| 6 | <b>Роль СМИ в процессе формирования и функционирования общественного мнения.</b><br>1. Средства массовой коммуникации (СМК): понятие, сущность, структура.<br>2. Теоретические обоснования роли СМК в процессе формирования и функционирования общественного мнения.<br>3. Использование СМК в процессе манипулирования общественным мнением.   | 4 | - | 10 | Основная литература №4       | Кейсы                 |
| 7 | <b>Социологический и социально-психологический подходы к общественному мнению.</b><br>1. Манипулятивные возможности средств массовой коммуникации.<br>2. Значения контроля за информационными потоками для социального управления.  | 4 | - | 10 | Основная литература №3       | Реферат               |
| 8 | <b>Современные методы изучения общественного мнения. Прессовый, почтовый, телефонный опрос. Онлайн-опрос</b><br>1. Методы повышения возврата при почтовом опросе.<br>2. Тотальная стратегия почтового опроса.<br>3. Телефонный опрос как экспресс - метод изучения общественного мнения: достоинства, недостатки, условия и технология применения.<br>4. Онлайн-опрос общественного мнения. | 6 | - | 8  | Основная литература №3       | Эссе                  |
| 9 | <b>Общественное мнение в различных сферах жизнедеятельности общества</b>  | 4 | - | 8  | Основная литература №5       | Реферат               |

|    |   |   |   |   |   |                       |
|----|---|---|---|---|---|-----------------------|
|    | <p>1. Функционирование общественного мнения в социально-экономической сфере общества.</p> <p>2. Общественное мнение и политика.</p> <p>3. Особенности институализации общественного мнения в духовно-идеологической и культурной сферах общества.</p>   |   |   |   |   |                       |
| 10 | <p><b>Взаимодействие человека и информационной среды.</b></p> <p>1. Взаимодействие человека и информационной среды: проблема информационно-психологической безопасности личности.</p> <p>2. Основные источники информационно-психологического воздействия на человека.</p>  | 4 | - | 8 | Основная литература №4                    | Контрольная работа №2 |
| 11 | <p><b>Информационно-психологическое воздействие в массовых информационных процессах и особенности его анализа.</b></p> <p>1. Особенности и задачи основных этапов информационно-психологического воздействия манипулятивного характера.</p> <p>2. Техника формирования доверия и привязанности к коммуникатору.</p> <p>3. Манипулятивные техники в массовых информационных процессах.</p> | 4 | - | 8 | Основная литература №3, дополнительная №8 | Кейсы                 |
| 12 | <p><b>Слухи как вид социальной коммуникации и функционирования общественного мнения</b></p> <p>1. Слухи в социальной коммуникации.</p> <p>2. Формирование общественного мнения под воздействием слухов.</p> <p>3. Слухи и провокации как техника информационно-психологического воздействия.</p>  | 4 | - | 8 | Основная литература №4                    | Реферат               |
| 13 | <p><b>Общие правила и требования к проведению информационно-пропагандистских акций в процессе осуществления психологических операций.</b></p> <p>1. Характеристика основных компонентов информационно-психологических операций в сфере внутривнутриполитических отношений.</p>  | 4 | - | 8 | Основная литература №3, дополнительная №7 | Эссе                  |

|    |   |   |   |    |   |                       |
|----|---|---|---|----|---|-----------------------|
|    | <p>2. Основные средства информационно-психологического воздействия на человека.</p> <p>3. Ложь как социально-психологический феномен.</p>   |   |   |    |   |                       |
| 14 | <p><b>Социально-психологические истоки формирования склонности ко лжи и манипулированию другими людьми.</b></p> <p>1. Психологические проблемы выявления неискренности, дезинформирования и манипуляций в межличностном взаимодействии.</p> <p>2. Потребности, интересы, склонности как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> <p>3. Регуляторы активности человека, субъективные отношения, мировоззрение, убеждения, верования, смысловые, целевые, операциональные установки, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> | 4 | - | 8  | Основная литература №2, дополнительная №7 | Реферат               |
| 15 | <p><b>Структуры и способы мышления как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b></p> <p>1. Когнитивные структуры, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p> <p>2. Способ мышления, стиль поведения и общения, привычки, умения, навыки как мишени манипулятивного воздействия на личность.</p>  | 4 | - | 8  | Основная литература №2                    | Контрольная работа №3 |
| 16 | <p><b>Психические состояния, как мишени манипулятивного воздействия на личность.</b></p> <p>1. Ценностные ориентации, лежащие в основе логической цепочки – «определенная социальная позиция – социальные установки – определенные действия».</p> <p>2. Социально-политические мифы как средство контроля массового сознания и программирования оценки и поведение людей.</p>   | 6 | - | 8  | Основная литература №2, дополнительная №8 | Тесты                 |
| 17 | <p><b>Приемы и алгоритмы манипулятивного влияния.</b></p> <p>1. Приемы манипулятивного влияния на потребительскую социальную практику.</p> <p>2. Алгоритм противостояния манипулятивной</p>   | 4 | - | 11 | Основная литература №3, дополнительная №7 | Кейсы                 |

|  |               |           |   |            |  |  |
|--|---------------|-----------|---|------------|--|--|
|  | коммуникации. |           |   |            |  |  |
|  | <b>ИТОГО</b>  | <b>76</b> | - | <b>153</b> |  |  |

## **5. Образовательные технологии**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода в процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: тренинги речевых умений, мозговой штурм, разбор конкретных ситуаций, коммуникативный эксперимент, коммуникативный тренинг, творческие задания для самостоятельной работы, информационно-коммуникационные технологии. А именно ИТ-методы, методы проблемного обучения, обучение на основе опыта, проектный метод, поисковый метод, исследовательский метод и т.д.

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой студенты не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом. Проведение практических занятий основывается на интерактивном методе обучения, при которой учащиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности студентов на достижение целей занятия.

В рамках учебного курса предусматриваются встречи с представителями рекламных агентств и отделов, педагогов-риторов, экспертов и специалистов в области коммуникативистики и рекламы. А так же мастер-классы в исследовательских центрах города Махачкалы, творческие задания с использованием опыта зарубежных и российских авторов в области связей с общественностью. Открытые занятия с приглашением специалистов в области связей с общественностью, редакторов различных средств массовой информации, организаторов выставок, конференций и т.д.

## **6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

Оценочные средства для текущего контроля входных знаний текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Технологии управления общественным мнением» приведены в приложении А (Фонд оценочных средств) к данной рабочей программе.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов приведено ниже в пункте 7 настоящей рабочей программы.

Зав. библиотекой



Алиева Ж. А.

(подпись)

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1. Рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная)

| № п/п                      | Виды занятий | Необходимая учебная, учебно-методическая (основная и дополнительная) литература, программное обеспечение, электронно-библиотечные и Интернет ресурсы  | Автор(ы)         | Издательство и год издания  | Количество изданий |   |
|----------------------------|--------------|---|------------------|---|--------------------|---|
|                            |              |   |                  |   | В библиотеке       |   |
| 1                          | 2            | 3   | 4                | 5   | 6                  | 7 |
| <b>Основная литература</b> |              |   |                  |   |                    |   |
| 1                          | лк, пз, срс  | Управление общественным мнением: учебное пособие/ Франц В.А. — Екатеринбург:— ISBN 978-5-7996-1750-9. Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/66606.html">https://www.iprbookshop.ru/66606.html</a> | Франц В.А.       | Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 136 с.  | -                  | - |
| 2                          | лк, пз, срс  | Методика изучения общественного мнения: курс лекций —Текст : электронный// Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/102931.html">https://www.iprbookshop.ru/102931.html</a>  | сост. Месяц В.А. | Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 64 с. | -                  | - |
| 3                          | лк, пз, срс  | Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Кургаева Ж.Ю.— Электрон. текстовые данные.—   | Кургаева Ж.Ю.    | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2009.                               | -                  | - |

|   |                |  |   |   |   |   |
|---|----------------|--|---|---|---|---|
| 3 | лк, пз,<br>срс | Управление общественными отношениями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Кургаева Ж.Ю.— Электрон. текстовые данные.— 156 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/63515.html">http://www.iprbookshop.ru/63515.html</a> .— ЭБС «IPRbooks»                             | Кургаева Ж.Ю.   | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2009. | - | - |
| 4 | лк, пз,<br>срс | Управление общественными отношениями: учебное пособие / Мамедова Н.А., Кривова Т.А.. — 92 с. — ISBN 978-5-374-00482-3. Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/10882.html">https://www.iprbookshop.ru/10882.html</a> | Мамедова Н.А.   | Москва : Евразийский открытый институт, 2011.                                       | - | - |
| 5 | лк, пз,<br>срс | Технологии управления в информационных войнах (от классики к постнеклассике) [Электронный ресурс]/ Лепский В.Е.— Электрон. текстовые данные.— 161 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/88122.html">http://www.iprbookshop.ru/88122.html</a> .— ЭБС «IPRbooks»                   | Лепский В.Е.  | Москва: Когито-Центр, 2016.   | - | - |
| 6 | лк, пз,<br>срс | Технология управления коммуникациями : учебное пособие (практикум) / . —176 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS:  | Сост. Сергодеева Е.А., Сапрыкина Е.В., Дзамыхова М.Т. | Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018.                        | - | - |

|                                  |                |   |                |   |   |   |
|----------------------------------|----------------|---|----------------|---|---|---|
|                                  |                | [сайт]. — URL:<br><a href="https://www.iprbookshop.ru/92768.html">https://www.iprbookshop.ru/92768.html</a>   |                |   |   |   |
| <b>Дополнительная литература</b> |                |   |                |   |   |   |
| 7                                | лк, пз,<br>срс | Общественное мнение. Ценности и оценки электорального поведения / Герасимов В.М., Иваненко К.А.. — 218 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/31701.html">https://www.iprbookshop.ru/31701.html</a>                 | Герасимов В.М. | Саратов: Вузовское образование, 2015.   | - | - |
| 8                                | лк, пз,<br>срс | Информационные технологии управления: учебное пособие / Машихина Т.П., Шостенко С.В.. — 293 с. — ISBN 978-5-9061-7289-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/11322.html">https://www.iprbookshop.ru/11322.html</a> | Машихина Т.П.  | Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, 2010.                              | - | - |
| 9                                | лк, пз,<br>срс | Молодежь в общественно-политической жизни общества: учебное пособие / Беляева Н.М., Ковин В.С.. — 174 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/32068.html">https://www.iprbookshop.ru/32068.html</a>                  | Беляева Н.М.   | Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2014. | - | - |

## 7.2. Программное обеспечение, электронно-библиотечные и Интернет-ресурсы

| № п/п | Назначение программы | Название программы | Разработчик | Вид учебной работы |
|-------|----------------------|--------------------|-------------|--------------------|
|-------|----------------------|--------------------|-------------|--------------------|

| 1 | 2   | 3  | 4  | 5                                      |
|---|---|--|--|--|
| 1 | Программа для составления медиаплана                                      | Медиапланирование своими силами  | ООО «Питер – пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2017г | Практическое занятие                   |
| 2 | Программа для составления пресс-релиза                                    | Пресс-релиз своими силами  | ООО «Питер – пресс», исследовательская фирма «Gortis», 2017г | Практическое занятие                   |
| 3 | Программа, используемая для верстки газетных статей, рефератов            | Photo - shop   | Фирма «Майкрософт», 2014г                                    | Практическое занятие                   |
| 4 | Программ для написания деловых текстов в области связей с общественностью | Делопроизводство   | ООО «АКБ «Асс-бюро», 2016г                                   | Практическое занятие                   |
| 5 | Программа по воздействию на собеседника                                   | Сила мысли или магнетизм личности. 15 уроков воздействия на собеседника      | Аудиокнига «Ардис»   | Практическое занятие                   |
| 6 | Программа по управлению сознанием человека                                | Скрытое управление человеком НЛП в действии                                  | Аудиокнига «Ардис»   | Практическое занятие                   |
| 7 | Электронно - библиотечная система   | ЭБС «IPRbooks»<br><a href="http://www.iprbookshop.ru">www.iprbookshop.ru</a> | -  | Практические и самостоятельные занятия |
| 8 | Электронно - библиотечная система   | ЭБС «Лань»<br><a href="http://www.e.lanbook.com">www.e.lanbook.com</a>       | -  | Практические и самостоятельные занятия |

### **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Кафедра психологии и КС имеет следующие специализированные аудитории для проведения занятий по дисциплине «Технологии управления общественным мнением»:

1) ауд. 136 оснащена компьютерным оборудованием и проектором, что позволяет вести занятия на более высоком уровне, и дает возможности приводить примеры из мировой практики рекламы;

2) ауд. 110, 112, 201, 202 лекционный зал.

### **Специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ОВЗ определены на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

- приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам

высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ОВЗ понимаются условия обучения, воспитания и развития, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания ДГТУ и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение ОПОП обучающихся с ОВЗ.

Обучение в рамках учебной дисциплины обучающихся с ОВЗ осуществляется ДГТУ с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебной дисциплине обучающихся с ОВЗ может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по дисциплине обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- наличие альтернативной версии официального сайта ДГТУ в сети «Интернет» для слабовидящих;

- весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию ДГТУ.

2) для лиц с ОВЗ по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие студентам с ОВЗ адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебной дисциплины научно-педагогическим работникам рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ОВЗ в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся с ОВЗ устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и др.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

### 9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2019 / 2020 учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. ....;
2. ....;
3. ....;
4. ....;
5. ....

изменения и дополнения нецелесообразны на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
ПиСКС \_\_\_\_\_ от 04.06.2020 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой ПиСКС \_\_\_\_\_ Сулаева Ж.А., д.ф.н., доцент  
(название кафедры) (подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

#### Согласовано:

И.о.декана ФТДиСЭ \_\_\_\_\_ Ханов Р.Р., к.э.н, ст. преподаватель  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета \_\_\_\_\_ Аминова Р.К., к.э.н, ст. преподаватель  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

### 9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2020 / 2021 учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. ....;
2. ....;
3. ....;
4. ....;
5. ....;

изменения и дополнения нецелесообразны на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
ПиСКС от 03.06.2021 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой ПиСКС  Сулаева Ж.А., д.ф.н., доцент  
(название кафедры) (подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

**Согласовано:**

И.о.декана ФТДиСЭ  Шамхалов Ш.Ш., к.и.н., доцент  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета  Аминова Р.К., к.э.н., ст.препод  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

## 9. Лист изменений и дополнений к рабочей программе

Дополнения и изменения в рабочей программе на 2021 /2022 учебный год.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

1. ....;
2. ....;
3. ....;
4. ....;
5. ....

изменения и дополнения нецелесообразны на данный учебный год.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры  
ПиСКС от 02.06.2022 года, протокол № 10.

Заведующий кафедрой ПиСКС Сулаева Ж.А., д.ф.н., доцент  
(название кафедры) (подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

**Согласовано:**

Декан ФПиУТ Батманов Э.З., к.т.н., доцент  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)

Председатель МС факультета Гусейнов Р.В., к.э.н., доцент  
(подпись, дата) (ФИО, уч. степень, уч. звание)