

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Социологический факультет

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан социологического факультета,
профессор
Н.Г.ОСИПОВА
« _____ » _____ 2019г.

**Рабочая программа дисциплины
«Технологии формирования общественного мнения»
«Public Opinion Technologies»**

Уровень высшего образования
бакалавриат

Направление подготовки
41.03.06 - Публичная политика и социальные науки

Направленность ОПОП:
Экспертная деятельность и управление социально-политическими проектами

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
На заседании Учёного Совета факультета
(протокол №__ от _____ 2019 г.)

Москва - 2019

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 41.03.06 - Публичная политика и социальные науки (уровень бакалавриата), утверждённым приказом Министерства образования и науки РФ № 1174 от 20 октября 2015 г.

Год приёма на обучение: 2019_____

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:** относится к блоку дисциплин профессионального цикла вариативной части, 6 семестр.
2. **Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия:** «Информационно-коммуникационные технологии», «Концепции публичной сферы», «Основы публичной политики», «Социология массовых коммуникаций», «Социально-политические коммуникации», «Связи с общественностью».
3. **Результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с требуемыми компетенциями выпускников.**

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесённые с компетенциями
умение управлять потоками информационного взаимодействия общественных и государственных организаций с населением (ПК-4)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-4) каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением
умение проводить экспертизу эффективности информационных и маркетинговых кампаний для проектирования научно-теоретических разработок в целях повышения их эффективности (ПК-6)	ЗНАТЬ: – Код 32 (ПК-6) структуру информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики – Код 33 (ПК-6) критерии оценки эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики УМЕТЬ: – Код У1 (ПК-6) осуществлять отбор методик для проведения экспертизы эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики
способность к публичным выступлениям на актуальные темы на семинарах, научно-теоретических и научно-практических конференциях (ПК-11)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-11) структуру и техники публичного выступления – Код 32 (ПК-11) типы аудитории и их классификации УМЕТЬ: – Код У1 (ПК-11) адаптировать содержание публичного выступления под конкретный тип аудитории, место и время проведения мероприятия
способность к участию в интерактивных и публичных мероприятиях (ПК-15)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-15) виды и техники публичного выступления, основные требования к публичным выступлениям – Код 32 (ПК-15) типы аудитории, их характеристики, особенности восприятия информации

способность к проведению мониторинга и анализа средств массовой информации (ПК-16)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-16) основные виды и специфику средств массовых коммуникаций
способность к подготовке текстовых и аудиовизуальных информационных материалов (ПК-17)	ЗНАТЬ: – Код 31 (ПК-17) виды аудиовизуальных информационных материалов – Код 32 (ПК-17) виды актуальных для профессиональной деятельности текстовых материалов УМЕТЬ: – Код У1 (ПК-17) готовить различные виды текстовых и аудиовизуальных информационных материалов осуществления профессиональной деятельности

4. **Формат обучения:** очная.

5. **Объём дисциплины** составляет 2 з.е., в том числе 32 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, (32 часа лекций); 40 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

6. **Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведённого на них количества академических часов и виды учебных занятий:**

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины, Форма промежуточной аттестации по дисциплине	Всего (часы)	В том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Всего	
Тема 1. Общественное мнение как социальное явление: генезис и сущность.	4	2		2	2
Тема 2. Теоретико-методологические подходы к изучению общественного мнения.	4	2		2	2

Тема 3. Общественное мнение в сфере публичной политики.	5	2		2	3
Тема 4. Структура и функции общественного мнения.	5	2		2	3
Тема 5. Институциональные каналы формирования общественного мнения.	5	2		2	3
Тема 6. Общественное мнение и идеология.	5	2		2	3
Тема 7. Общественное мнение в социально-политических системах разного типа.	7	4		4	3
Тема 8. Влияние общественного мнения на принятие политических решений.	4	2		2	2
Тема 9. Формирование общественного мнения в электоральном процессе.	5	2		2	3
Тема 10. Социальные механизмы формирования общественного мнения.	8	4		4	4
Тема 11. Технологии формирования общественного мнения посредством СМИ.	8	4		4	4
Тема 12. Управление и формирование общественного мнения в кризисных ситуациях.	6	4		4	2
Промежуточная аттестация (зачёт)	6				6
ИТОГО	72	32			40

Содержание учебной дисциплины:

Тема 1. Общественное мнение как социальное явление: генезис и сущность.

Сущность общественного мнения как социального явления. Общественное мнение в социокультурной системе современного общества. Анализ понятия общественного мнения в социальной философии. Общественное мнение как фактор жизнедеятельности общества. Общественное мнение в пространстве публичной политики. Объективные и субъективные стороны функционирования и изучения общественного мнения. Функции общественного мнения.

Тема 2. Теоретико-методологические подходы к изучению общественного мнения.

Представления об общественном мнении в античности. Древнегреческая демократия и общественное мнение. Понятие публичности в Древнем Риме. Популяры и оптиматы. «Идолы» Ф. Бэкона. Первые попытки обобщения роли общественного мнения в работах Дж. Локка и У. Темпла. Общая воля и общественное мнение у Ж.-Ж. Руссо. Процесс институционализации общественного мнения в Европе. Общественное мнение, толпа и публика в концепции Г. Тарда. Роль общественного мнения в поддержании общественной солидарности (Ф. Теннис). Общественное мнение и публичная сфера (Ю. Хабермас). Вклад У. Липпмана в разработку теории общественного мнения. Общественное мнение и стереотипы. Роль общественного мнения в поддержании демократической стабильности (Дж. Гэллап). Вклад колумбийской и мичиганской школы в изучение взаимосвязи общественного мнения и политического поведения. Теория двухступенчатого потока информации (П. Лазарфельд).

Теоретические и эмпирические вызовы и проблемы изучения общественного мнения в современной науке. Технологические, индустриальные, информационные изменения в современном обществе и изменение подходов к изучению и измерению общественного мнения. Критика эмпирических методов изучения общественного мнения школой П. Бурдье. Спор между критиками и сторонниками классических способов измерения общественного мнения. Кризис теории общественного мнения в 1980-90-е гг. Роль общественного мнения в современных социологических и политических исследованиях. Термостатическая модель общественного мнения К. Влезина и С. Сороки. Теория фреймов в исследовании общественного мнения. Экспериментальные методы изучения общественного мнения.

Тема 3. Общественное мнение в сфере публичной политики.

Публичная политика как отражение политических предпочтений и мнений общества и отдельных социальных групп. Общественное мнение как двигатель социально-политических изменений. Роль общественного мнения в сфере публичной политики (законы Х. Кентрила). Общественное мнение как результат действий политических субъектов. Управление общественным мнением для достижения целей и задач публичной политики. Общественное мнение как источник власти. Общественное мнение и политическое представительство. Роль общественного мнения в функционировании представительных институтов власти. Реакция органов власти на функционирование общественного мнения. Предсказуемые и непредсказуемые факторы формирования общественного мнения. Проблема компетентности публики.

Тема 4. Структура и функции общественного мнения.

Общественное мнение и общественное сознание. Уровни сознания. Соотношение рационального, эмоционального и волевого компонентов в общественном мнении. Динамическая структура общественного мнения (зарождение, функционирование, спад, отмирание). Субъекты формирования общественного мнения: социальные группы, организации, элиты, лидеры общественного мнения, СМИ. Объект общественного мнения: критерии выделения. Проблема соотношения субъекта и объекта общественного мнения. Ценности в структуре общественного мнения. Ценностно-идеологическая структура общественного мнения. Материальные, духовные, социальные и политические потребности и интересы как движущая сила формирования общественного мнения. Идеологическая, социально-психологическая, организационная, этнокультурная, религиозная составляющие общественного мнения, их иерархия и взаимосвязь.

Тема 5. Институциональные каналы формирования общественного мнения.

Государственные органы власти как канал формирования общественного мнения. Политические партии и общественные движения как каналы формирования общественного мнения. Гражданское общество и неправительственные организации. Неформальные политические организации и объединения. Социальные сети как канал формирования общественного мнения. Создание и управление социальными сетями. Корпоративный мир как канал формирования общественного мнения. Роль политических лидеров и лидеров общественного мнения. Консалтинговые, рекламные и PR агентства.

Тема 6. Общественное мнение и идеология.

Ценности и общественно-политические ориентации общества. Идеологическая, социально-психологическая, организационная, этнокультурная, религиозная составляющие общественного мнения, их иерархия и взаимосвязь. Формирование общественного мнения под воздействием слухов. Слухи как объективный атрибут межличностной коммуникации. Разновидности общественного мнения, сформированного под воздействием слухов.

Тема 7. Общественное мнение в социально-политических системах разного типа.

Механизмы формирования и принципы управления общественным мнением в различных типах социально-политических систем. Влияние политической культуры на структуры и особенности функционирования общественного мнения. Социальные расколы и дробление общественного мнения. Консенсус, компромисс и конфликт как атрибуты социально-политических системы и их роль в формировании общественного мнения. Роль общественного мнения в трансформации различных подсистем общества: политической, социальной, экономической, культурной.

Тема 8. Влияние общественного мнения на принятие политических решений.

Роль общественного мнения в процессе принятия политических решений. Зондаж общественного мнения как основа принимаемых решений. Роль опросов общественного мнения и фокус-групп при принятии политических решений. Общественное мнение как способ легитимизации принимаемых решений. Преимущества и недостатки использования общественного мнения при принятии политических решений. Консенсус Липпмана-Алмонда.

Тема 9. Формирование общественного мнения в электоральном процессе.

Использование общественного мнения в политической борьбе. Общественное мнение и выборы. Управление общественным мнением в выборных кампаниях. Базовые социологические процессы и избирательные технологии. Предвыборная работа с лидерами общественного мнения. Предвыборная работа с электоральной аудиторией. Формирование системы стереотипов и политической мифологии в ходе избирательных кампаний. Стимуляция низовой активности посредством формирования общественного мнения.

Тема 10. Социальные механизмы формирования общественного мнения.

Основные способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп: принуждение, сотрудничество, манипулирование. Убеждение, внушение, подражание, заражение, социальная установка (принцип доминанты А.А. Ухтомского). Стереотипы: свойства, формы проявления (кодирование общественного сознания, миф). «Вечные» стереотипы, типовые стереотипы, отрицательные и положительные стереотипы. Приёмы выявления стереотипов. Определение и типы мифов. Характерные черты мифологического сообщения. Распространённые мифологемы. «Лидеры общественного мнения» и «группы интересов». Групповая идентичность и групповая солидарность в формировании общественного мнения. Социальное давление. Малые и большие группы в процессе формирования общественного мнения. Социально-психологические механизмы формирования общественного мнения: манипуляция, подчинение, убеждение, сила, авторитет. Образ «свой-чужой» в восприятии социальных проблем и формировании общественного мнения. Конформистская природа общественного мнения. Спираль молчания и страх изоляции (Э. Ноэль-Нойман).

Тема 11. Технологии формирования общественного мнения посредством СМИ.

Роль СМИ в формировании общественного мнения. Типы и характеристики СМИ. Необходимость и принципы взаимодействия со СМИ. Функции СМИ по А. Катлу и А. Каду: антенны, призмы, фокуса, усилителя, эха. Понятие и составление медиа-карты. Стратегия и тактика использования СМИ в процессе формирования общественного мнения. Принципы выбора СМИ для информационного обеспечения кампании в сфере публичной политики. СМИ и целевые аудитории. Манипулятивный потенциал СМИ. Феномен фейк-ньюс. Роль интернета и социальных сетей в формировании общественного мнения.

Тема 12. Управление и формирование общественного мнения в кризисных ситуациях.

Кризисные ситуации и общественное мнение. Основные характеристики общественного мнения в условиях подготовки к кризисам и во время их развития. Прогнозирование и преодоление кризисных ситуаций посредством работы с общественным мнением. Специфика управления общественным мнением в условиях кризиса. Мониторинг общественного мнения в кризисных ситуациях. Понятие медиации и её роль в связях с общественностью. Стадии процесса медиации.

7. Фонд оценочных средств (ФОС) для оценивания результатов обучения по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения текущего контроля успеваемости.

7.1.1. Контрольные вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Подходы к определению общественного мнения.
2. Субъект и объект общественного мнения.
3. Функции и структура общественного мнения.
4. Подходы в исследовании общественного мнения.
5. Основные методы изучения общественного мнения.
6. Понятие публичности и общественного мнения в античности и Древнем Риме.
7. Развитие представлений об общественном мнении в работах представителей итальянского гуманизма.

8. Определение роли общественного мнения у представителей французского просвещения и материализма.
9. Институционализация общественного мнения в Европе.
10. История изучения общественного мнения в России.
11. Анализ общественного мнения философами и социологами XIX – начала XX вв. (И.Кант, Г.Тард, Г.Лебон и др.)
12. Подходы к пониманию общественного мнения и отражения действительности в общественном мнении Б.А. Грушина, М.К. Горшкова, Д.П. Гавры и др.
13. Спираль молчания Э.Ноэль-Нойман.
14. Французская школа П.Бурдьё изучения общественного мнения.
15. Современные центры России изучения общественного мнения (ВЦИОМ, ФОМ, Левада-центр): основные направления деятельности, методы исследования, представление результатов.
16. Роль общественного мнения в общественной политике.
17. Участие публики в достижении целей и задач политики.
18. Слухи как социальный феномен: понятие, механизм действия, влияние на общественное мнение.
19. Основные типы социально-политических систем.
20. Механизмы формирования и принципы управления общественным мнением в зависимости от типа социально-политической системы.
21. Роль общественного мнения в принятии политических решений.
22. Опросы общественного мнения и фокус-группы как инструменты подготовки и реализации политических решений.
23. Общественное мнение как инструмент в политической борьбе.
24. Работа с лидерами мнения в предвыборной кампании.
25. Способы воздействия на поведение индивидов и социальных групп.
26. Особенности формирования общественного мнения в малых и больших социальных группах.
27. СМИ и формирование общественного мнения в сфере политики – особенности взаимодействия.
28. Основные типы СМИ и их характеристики.
29. Интернет как инструмент формирования общественного мнения: основные формы и виды воздействия.
30. Понятие «кризисной ситуации», возникновение, развитие и разрешение.
31. Роль общественного мнения в предупреждении и преодолении кризисных ситуаций.

7.1.2. Темы рефератов, эссе:

1. Общественное мнение как социальный институт.
2. Информационные и технические возможности изучения общественного мнения в сфере политики в современном обществе.
3. Влияние общественного мнения на принятие решений в сфере публичной политики.
4. Понимание общественного мнения и его роли в регулировании общественных отношений в работах Ж.-Ж. Руссо и Г.Тарда.
5. Исследования общественного мнения Дж. Гэллапом: обеспечение и поддержание демократии.

6. Законы Х.Кентрила в сфере публичной политики.
7. Влияние общественного мнения на образ и деятельность политических лидеров.
8. Этнокультурная и религиозная составляющая формирования общественного мнения в сфере политики.
9. Основные причины дробления общественного мнения и возникновения социальной напряжённости.
10. Основные инструменты и особенности их применения при оценке мнения общества в принятии решений в сфере политики.
11. Стереотипы и политическая мифология в избирательной кампании.
12. Особенности восприятия проблем и их отражение в общественном мнении у представителей различных социальных групп.
13. Примеры успешного использования СМИ в решении социальных конфликтов.
14. Управление общественным мнением при возникновении кризисной ситуации (на конкретном примере).

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения промежуточной аттестации.

Вопросы для подготовки к зачёту:

1. Понятие, сущность и основные функции общественного мнения.
2. Структура общественного мнения.
3. Формы и каналы проявления общественного мнения в сфере политики.
4. Особенности взаимодействия политической сферы и общественного мнения.
5. История становления и развития исследований общественного мнения в Европе и Америке.
6. Отечественные подходы к изучению общественного мнения.
7. Основные каналы формирования общественного мнения.
8. Идеологическая составляющая формирования общественного мнения в публичной политике.
9. Основные факторы влияния на общественное мнение.
10. Особенности формирования общественного мнения в зависимости от типа социально-политической системы.
11. Изменение различных подсистем общества под влиянием общественного мнения: особенности и механизмы действия.
12. Принятие политических решений и общественное мнение: оценка политической деятельности и её легитимизация.
13. Общественное мнение и выборы: особенности использования и результаты.
14. Основные социально-психологические механизмы формирования общественного мнения.
15. Спираль молчания Э. Ноэль-Нойман.
16. Роль современных СМИ и цифровых технологий в формировании общественного мнения.
17. Причины возникновения, роль и механизмы действия фейк-ньюс на общественное мнение.
18. Особенности информационных войн в современном мире.
19. Общественное мнение в условиях политического кризиса: основные характеристики и особенности формирования.
20. Выражение воли народа (общественных групп) и политическая манипуляция.

Критерии оценки ответов на зачете:

- Зачтено** Ответ логически выстроен и излагается на хорошем научном языке. Студент хорошо владеет необходимыми источниками и литературой, хорошо ориентируется в них, использует при ответе специализированную лексику, дает хорошие ответы на основной и дополнительные вопросы.
- Не зачтено** В ответе полностью отсутствует явная логика. Студент не владеет в полной мере даже основными источниками, не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы на дополнительные и основные вопросы.

Шкала и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ результатов обучения (РО) по дисциплине (модулю)					
Оценка	2	3	4	5	Виды оценочных средств
Результаты обучения					
Знание: Код 31 (ПК-4) каналы коммуникации, обеспечивающие взаимодействие общественных и государственных организаций с населением	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 5-17), контрольные вопросы, подготовка эссе (тема 2) Подготовка к семинарским занятиям по источникам основной и дополнительной литературы, написание

					письменных работ (эссе) по курсу
Знание: Код 32 (ПК-6) структуру информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 5-17), подготовка эссе №2
Знание: Код 33 (ПК-6) критерии оценки эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Подготовка и написание эссе по темам 2,3; подготовка докладов и дискуссии по докладом
Умение: Код У1 (ПК-6) осуществлять отбор методик для проведения экспертизы эффективности информационных и маркетинговых кампаний в сфере публичной политики	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 6-14), контрольные вопросы
Знание: Код 31 (ПК-11) структуру и техники публичного выступления	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по контрольным вопросам (темы 6-14), подготовка эссе №2
Знание: Код 32 (ПК-11) типы аудитории и их классификации	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу и контрольным вопросам (темы 1-17)

<p>Умение: Код У1 (ПК-11) адаптировать содержание публичного выступления под конкретный тип аудитории, место и время проведения мероприятия</p>	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Устный и письменный опрос по лекционному материалу (темы 2- 3, 14-17); контрольные вопросы
<p>Знание: Код 31 (ПК-15) виды и техники публичного выступления, основные требования к публичным выступлениям</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Подготовка докладов № 4,5 и сообщений по контрольным вопросам, написание эссе № 2,3.
<p>Знание: Код 32 (ПК-15) типы аудитории, их характеристики, особенности восприятия информации</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос по лекционному материалу (темы 1-17)
<p>Знание: Код 31 (ПК-16) основные виды и специфику средств массовых коммуникаций</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный и письменный опрос по темам 5, 11, 14, дискуссии по соответствующим темам
<p>Знание: Код 31 (ПК-17) виды аудиовизуальных информационных материалов</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Подготовка сообщений по контрольным вопросам по темам 6-17, подготовка докладов и эссе
<p>Знание: Код 32 (ПК-17) виды актуальных для</p>	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания	Устный опрос,

профессиональной деятельности текстовых материалов					подготовка письменных работ (эссе) по курсу
Умение: Код У1 (ПК-17) готовить различные виды текстовых и аудиовизуальных информационных материалов осуществления профессиональной деятельности	Отсутствие умений	В целом успешное, но не систематическое умение	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности непринципиального характера)	Успешное и систематическое умение	Подготовка письменных работ (эссе) по курсу

8. Ресурсное обеспечение.

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы

а) основная литература:

1. Конституция Российской Федерации (с текстом гимна России). Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. М.: Проспект, 2017. – 32 с. URL: <http://constitution.kremlin.ru/>
2. Епархина О.В. Социология общественного мнения. М.: Академия, 2013.
3. Политология: Учебник. А.Ю. Мельвиль и др. М.: Проспект, 2009.
4. Козырев Г.И. Социология общественного мнения: образ врага в истории, теории и общественном сознании. М.: Форум: ИНФРА-М, 2017.
5. Тард Г. Общественное мнение и толпа. М.: URSS: ЛЕНАНД, 2015.
6. Федотова Л.Н. Общественное мнение: хулить или валить? М.: Вест-Консалтинг, 2018.
7. Федотова Л.Н. Общественное мнение в рекламе и связях с общественностью. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.
8. Bennett S.W. Applying Public Opinion in Governance: The Uses and Future of Public Opinion in Managing Government. Palgrave MacMillan, 2017. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-54696-4>
9. Kim J. Phenomenology of Public Opinion: Communicative Body, Intercorporeality and Computer-Mediated Communication / Political Phenomenology. (Eds.) Hwa Yol, Lester Embree. Springer, 2016. Электронный ресурс: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-27775-2_15
10. Rui Liu, Yungeng Xie, Yixuan Xie. A Study of Online Public Opinion in New Media Environment / New Media and China's Social Development. (Ed.) Yungeng Xie. Springer, 2017. Электронный ресурс: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-3994-2_5
11. White R. Public Opinion on Economic Globalization: Considering Immigration, International Trade, and Foreign Direct Investment. Palgrave MacMillan, 2017. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-58103-3>

б) дополнительная литература:

1. Боришполец К.П. Методы политических исследований. М.: Аспект Пресс, 2010.
2. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990.
3. Гоуайзер Ш. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. М.: Вагриус, 1997.
4. Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: история зарождения. Судьбы творцов. М.: Центр соц. прогнозирования, 2008.
5. Информация и общественное мнение: от репортажа в СМИ к реальным переменам: пер. с англ. (Р. Ислам и др.); под ред. Румин Ислам. М.: Альпина паблишерз, 2010.
6. Исаев Б.А. Теория партий и партийных систем: Учебное пособие для студентов ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2008.
7. Козырев Г.И. Социология общественного мнения. М.: Форум: ИНФРА-М, 2015.

8. Кузнецов Д.В. Американское общественное мнение и использование военной силы: период президентства Дж.Буша-мл. М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2011.
9. Кузнецов Д.В. Взаимодействие внешней политики и общественного мнения в США: некоторые актуальные вопросы. М.: URSS: ЛИБРОКОМ, 2010.
10. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа / под ред. Е.Ю. Мелешкиной. М.: ИНФРА-М Весь мир, 2001.- 302 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21200572&>
11. Россия реформирующаяся. Ежегодник / отв. ред. М.К. Горшков. Вып.15. М.: Новый хронограф, 2016. – 472 с. URL: <https://www.isras.ru/year-book.html>
12. Соловьев А.И. Политология: политическая теория, политические технологии. М.: Аспект - Пресс, 2014.
13. Федотов Л.Н. Общественное мнение как плацдарм для «связей с общественностью». М.: Вест-Консалтинг, 2010.
14. Федотов Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение. СПб. и др.: Питер, 2003.
15. Kantamneni S.P., Paswan A.K. Public Policy and Public Opinion: Globalization and Market Driven Economic Reforms / Proceedings of the 2002 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. (Ed.) H.E. Spotts. Sanibel Harbour Resort, Florida, 2015. Электронный ресурс: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-11882-6_17
16. Krippendorff K. The Social Construction of Public Opinion / Kommunikation uber Kommunikation: Theorien, Methoden und Praxis. (Eds.) E.Wienand, J.Westerbarkey, A.Scholl. VS Verlag Fur Sozialwissenschaften, 2005. Электронный ресурс: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-80821-9_10
17. Public Opinion Polling in a Globalized World. (Eds.) M.Carballo, U.Hjelmar. Springer, 2008. Электронный ресурс: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-75753-5>
18. Wenbo Kuang. New-Media Public Opinion Becomes Mainstream Social Opinion / Wenbo Kuang. Social Media in China. Palgrave MacMillan, 2018. Электронный ресурс: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-13-0914-4_2

8.2. Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft PowerPoint.

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1.	Российская государственная библиотека	http://www.rsl.ru/
2.	Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru
3.	Национальная электронная библиотека	http://www.nel.nns.ru/
4.	Электронная библиотека МГУ имени М.В. Ломоносова	http://www.nbmgu.ru/publicdb/
5.	Институт социологии РАН	http://www.isras.ru/authority.html
6.	Официальный сайт ВЦИОМ	https://www.wciom.ru
7.	ФОМ: Фонд Общественное Мнение	https://fom.ru/
8.	Левада-центр: Аналитический центр Юрия Левады	http://www.levada.ru/
9.	Romir: Исследовательский холдинг	https://romir.ru/
10.	Фонд развития гражданского общества	http://civilfund.ru

8.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

		Web-адрес
11.	Журнал «Полис. Политические исследования»	https://www.politstudies.ru/
12.	Журнал «Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология»	http://www.vestnik.socio.msu.ru/
13.	Сетевой журнал ПОЛИТЕКС (Политическая экспертиза).	http://www.politex.infa
14.	Журнал «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены»	https://www.monitoringjournal.ru/index.php/monitoring
15.	Журнал «Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии»	http://www.levada.ru/zhurnal/
16.	Журнал «Public Opinion Quarterly»	https://academic.oup.com/poq?searchresult=1
17.	Журнал «International Journal of Public Opinion Research»	https://academic.oup.com/ijpor?searchresult=1
18.	Журнал «Journal of Political Marketing»	https://www.tandfonline.com/toc/wplm20/current

19.	Журнал «Political Communication»	https://www.tandfonline.com/toc/upc/p20/current
20.	Журнал «British Journal of Political Science»	https://www.cambridge.org/core/journals/british-journal-of-political-science
21.	Политтехнолог: Исследовательский центр политических технологий и формирования общественного мнения	https://polit-technolog.ru/

8.5. Описание материально-технического обеспечения.

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций.

9. Язык преподавания.

Русский.

10. Преподаватели

Каневский Павел Сергеевич, доцент

11. Авторы программы:

Каневский Павел Сергеевич, доцент

Липатова Мария Евгеньевна