

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 26.03.2026 21:09:00  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.10 Технологии управления общественным мнением**  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

**Реклама и связи с общественностью**  
**в государственных и негосударственных организациях**  
(наименование образовательной программы)

---

очная  
(форма обучения)

Год набора - 2025

Город Санкт-Петербург

**Автор-составитель РПД:**

Лёвина С.А. канд. социол.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Заведующий кафедрой**

Ким М.Н. д.филол.н. кафедра журналистики и медиакоммуникаций

РПД «Технологии управления общественным мнением» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций.  
Протокол № 8 от 25 августа 2025 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.10 «Технологии управления общественным мнением» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенции **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
<p>ОТФ: В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции продукции СМИ.</p> <p>ТФ: организация маркетинговых исследований в области СМИ (код В/01.6)</p> <p>разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (код В/02.6)</p> <p>организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции продукции СМИ (код В/03.6)</p> <p>контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции продукции СМИ (код</p>	ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-4.4	<p>Согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом;</p> <p>представляет проекты управленческих решений по продвижению продукции любых СМИ руководству организации</p>	<p>ПК-4.4. 3-1. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность;</p> <p>ПК-4.4. 3-2. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента;</p> <p>ПК-4.4. 3-3. Знает технологии позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов;</p> <p>ПК-4.4. 3-4. Знает приемы и методы управления общественным мнением</p> <p>ПК-4.4. У-1. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций;</p> <p>ПК-4.4. У-2. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение.</p>

В/04.6) ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации Приказ Минтруда России от 04.08.2014 N 535н (Зарегистриро вано в Минюсте России 04.09.2014 N 33973)					
---	--	--	--	--	--

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

**Объем дисциплины.** Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. Часов.

Контактная работа с преподавателем 50 ч.

Консультации 2 ч.

Лекции 20 ч.

Практические занятия 28 ч.

Самостоятельная работа 58 ч.

**Место дисциплины.** Учебная дисциплина Б1.В.10 «Технологии управления общественным мнением» (7 семестр) является вариативной дисциплиной (обязательный блок) по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология», «Социология массовых коммуникаций», «Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления», «Психология массовых коммуникаций». Знания, полученные в курсе, используются студентами при освоении курсов «Консалтинг и

коучинг в рекламе и связях с общественностью», «Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью», «Тренды в бизнес-коммуникациях».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ.

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

##### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕ ГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		И К	КС Р	КЭ	Кат тэк	Конт роль	СРкр		СРэк	СР
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ												
Тема 1	Понятие общественного мнения, закономерности его возникновения и формирования	10	2			2								6	УО*
Тема 2	Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с	10	2			2								6	УО*, Т**

	развитием общественных отношений													
Тема 3	Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения	10	2			2							6	УО*, Т**
Тема 4	Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования	10	2			2							6	УО*
Тема 5	Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.	12	2			4							6	УО*
Тема 6	Установки в манипуляции	10	2			2							6	УО*
Тема 7	Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации	11	2			4							5	УО*

Тема 8	Манипулятивные приемы в рекламе и маркетинге	10	2			2							6	УО*
Тема 9	Технологии управления массовым сознанием в политике	12	2			4							6	УО*
Тема 10	Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, В. Бехтерев)	11	2			4							5	УО*, Т**
Промежуточная аттестация		2							2					Зачет с оценкой
<b>Итого</b>		108	20			28			2				58	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

\*Консультация входит в общий объем контактных часов дисциплины

УО\* – устный опрос

Т\*\*\* – тестирование

### 3.2. Содержание дисциплины

#### **Тема 1. Понятие общественного мнения, закономерности его возникновения и формирования. ПК-4.4**

Общественность и ее мнение. Сущность общественного мнения. Общественное мнение в структуре общественного сознания. Общественное мнение как целостное духовно-деятельностное образование. Уровни общественного мнения: теоретический; обыденный; общественная психология; идеология. Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина. Взаимосвязанность уровней общественного мнения. Потребности и интересы, ценностно-уставочное преломление в сознании и действиях людей – факторы формирования и функционирования общественного мнения. Объекты и субъекты общественного мнения.

Зарождение общественного мнения и условия его определяющие. Теоретико-прикладные проблемы формирования общественного мнения. Формирование общественного мнения по целям и методам их достижения. Средства формирования общественного мнения: пропаганда и агитация, реклама, межличностное общение. Технологии применения методов внушения, убеждения, подражания в процессе формирования общественного мнения. Требование действия - реакция общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения: поддержка активных сторонников; привлечение нерешительных; нейтрализация оппозиции; ориентир на большинство; сильный лидер. Виды управления общественным мнением в процессе формирования. Культурная политика как формирование полезных традиций. Механизмы моды.

#### **Тема 2. Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с развитием общественных отношений. ПК-4.4**

Современные манипулятивные технологии и их использование в политическом процессе. Научные работы, связанные с классификацией и описанием технологий воздействия на общественное мнение. Определение манипулирования по Е.Л. Доценко. С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием. Герберт Франке. «Манипулируемый человек» (1964). Воздействие на состояния, чувства, мысли и действия человека или группу лиц при помощи психологических средств. Манипуляция в форме психологического воздействия: угроза, просьба, убеждение, внушение.

#### **Тема 3. Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения. ПК-4.4**

Общественное сознание. Подсознательные процессы индивида. Обыденное сознание. Слухи и сплетни.

Общество в условиях различных режимов. Социальные качества личности. СМИ и личность. Использование информационно-коммуникационных технологий в мире. Развитие манипулятивного воздействия на общество. Усиление этого процесса в последнее десятилетие. Изучение общественных процессов в контексте акторно-сетевой теории.

Изменения в общественной системе, системе средств массовой информации. Понятие психологическая защита. Гибридные и информационные войны.

Понятие угроза и граница. Наличие угрозы. Необходимость в защите: в условиях борьбы, конфликта или войны, то есть в состоянии противоборства; в условиях присутствия разрушительного вредоносного фактора, стихии, неблагоприятных или вредных условий существования.

#### **Тема 4. Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования. ПК-4.4**

Критерии манипулирования как явления. Скрытность, неявность, обман; эксплуатация, господство; управление, контроль; принуждение, применение силы; структурирование мира в интересах манипулятора; структурирование мира ради выигрыша, использование другого в качестве вещей, объектов. Отношение к другому как к средству, объекту, оружию и другие.

Выявление присутствия манипуляции. Важные для аудитории, СМИ или социума в целом характеристики. Общие признаки наличия манипулятивных попыток. Нарушение баланса тех или иных переменных взаимодействия. Возможные индикаторы манипуляции: деформации, сдвиги, несоответствия и т.д.

#### **Тема 5. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования. ПК-4.4**

Игровая деятельность человека. Игра как форма существования в обществе. Игра в политике, бизнесе. Игра в рекламе. Типология игр. Работа Э. Берна. Жизненный сценарий.

Бихевиористы исследуют поведение людей под воздействием СМИ без учета субъективного компонента. Гештальтпсихология: принципы организации восприятия (образы) при получении информации, а также его виды (зрительное, слуховое). Исследования психологов этого направления - значительный эмпирический материал для рекламы.

#### **Тема 6. Установки в манипуляции. ПК-4.4**

Теория установки С. Узнадзе. Социальная установка по Г. Олпорту. Согласованная и рассогласованная установка. Трехкомпонентная структура

аттитюда (М. Смит). Функции Аттитюда. Шкала Тернстоуна. Изучение социальных установок по отношению к этническим группам (7 уровней). Иерархическая система диспозиционных образований В.А. Ядова.

Система ценностей по П. Сорокину. Н. Бердяеву, В. Ключевскому  
Использование жизненных ценностей в манипулировании. Невербальные виды проявления манипуляции. НЛП.

Изменение социальных установок. К. Ховланд выделяет три группы факторов, влияющих на социальные установки людей: источник информации, содержание и порядок поступления информации, особенности аудитории.

Формирование социальных установок в связях с общественностью. Работа с целевыми группами общественности. Стереотипы.

## **Тема 7. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации. ПК-4.4**

Понятие мифа. Мифологическое сознание и его признаки. Функции и виды социальных мифов. Мифология как совокупность мифов является первоначальной формой духовной культуры человека, первой формой мировоззрения. Пропагандистские мифы создают «ложное сознание».

Политический миф. Технология создания политических мифов. Влияние мифов на массовое сознание. Структура и компоненты политического мифа. Личностные мифы. Общегосударственные мифы. Внешние и внутренние мифы России.

А. Цуладзе: параллели между первобытными племенными обычаями и современной политикой. Мистическое отношение к здоровью лидеров.

А. В. Ульяновский. Мифодизайн в рекламе.

## **Тема 8. Манипулятивные приемы в рекламе и маркетинге. ПК-4.4**

Три уровня влияния в рекламе: психические процессы (внимание, восприятие, память, мышление); личность (индивидуальные, гендерные, групповые различия); бессознательное. Манипуляция через идентификацию, интерпретацию, замещение, воспоминания. Языковая манипуляция. Использование звезд в рекламе. Явные и скрытые сравнения.

Управление коммуникациями на различных этапах процесса продажи. Потребности, влияющие на выбор покупателем товара или услуги. Работа с возражениями. Сигналы и способы завершения продажи. Ценовая манипуляция. Факторы чувствительности потребителей к цене. Ценовая эластичность. Мерчандайзинг как технология влияния на выбор покупателя.

Установка в PR-текстах и при создании имиджа организации. Установка в рекламе. Этносоциальные признаки успешной и эффективной рекламы.

## **Тема 9. Технологии управления массовым сознанием в политике.**

#### **ПК-4.4**

Политическое манипулирование: формы и методы. Политическое манипулирование - скрытое управление политическим сознанием и поведением людей. Каналы манипуляции. Основные составляющие манипулятивного воздействия.

Психологические закономерности включения людей в политику и общие потребности человека. Успех на выборах и существенная общественная поддержка, приемы манипулирования общественным мнением. Цель политической манипуляции: формирование определенного мнения и побуждение поддержать на выборах данного кандидата или партию.

Политическое манипулирование как теория и практика предвыборных технологий, методика проведения избирательных кампаний. Этапы предвыборной политической манипуляции по В. Амелину. Политическая реклама. Агитация и пропаганда.

#### **Тема 10. Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, В. Бехтерев). ПК-4.4**

Г. Лебон. Психология масс и народов: психологический закон духовного единства толпы, коллективная душа. Чувства и нравственность толпы: импульсивность, изменчивость, раздражительность толпы, массы уважают силу, добро их мало трогает; воображение толпы: толпа мыслит образами и способна воспринимать образы. Сила традиций. З. Фрейд. Массовая психология и анализ человеческого "Я": в отдельном индивиде под влиянием толпы происходят глубокие изменения душевной деятельности.

Хосе Ортега-и-Гассет. Восстание масс: толпа - понятие количественное и видимое, человечество - понятие качественное, толпа – количественное. С. Московичи. Наука о массах: феномен общественного поведения, уход от логического мышления или его избегание в ситуации внушения, раскол рационального и иррационального в человеке, состояние войны с самим собой, политическое господство масс. Психология толпы как предмет политики и манипулирования. В. Бехтерев о психологии толпы (о роли внушения).

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.10 «Технологии управления общественным мнением» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

**5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам**

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Тестирование, устный опрос.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Понятие общественного мнения, закономерности его возникновения и формирования

Вопросы для опроса:

1. Определите роль и значение общественного мнения в социокультурной системе общества.
2. Что включают в себя понятия «проблема» и «проблемное поле» при исследовании общественного мнения в социологии?
3. Чем отличается общественное мнение как предмет исследования в различных науках (социологии, философии, психологии и др.)?
4. Какова роль и место теории общественного мнения в системе социологического знания?

Тема 2. Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с развитием общественных отношений

Вопросы для опроса:

1. Определите актуализацию основных потребностей изучения общественного мнения в условиях развития современной России.
2. Проследите трансформацию понятия общественного мнения, его становление и развитие как социального явления в обществе.
3. Когда произошло «онаучивание» термина «общественное мнение»?
4. Чем обусловлено признание общественного мнения как особого социального явления в обществе?
5. «Изначально общественное мнение являлось предметом социологической науки». Согласны ли вы с таким утверждением? Обоснуйте свою точку зрения.

Тестовые задания:

1. Первоначально манипуляция имела значение: (выберите один ответ)

- а) управлять, оказывать помощь
- б) бороться в недостатками
- в) информировать

2. Совокупность суждений, оценок, выносимых различными социальными группами и слоями по поводу событий общественной жизни, деятельности и поведения отдельных личностей, организаций и партий, насущных социальных, политических, культурных проблем – это (выберите один правильный ответ)

- A. Общественное мнение.
- B. Массовое сознание.
- B. Социальная установка.

3. Что из перечисленного относится к характеристикам общественного мнения (выберите все правильные ответы)

- A. Упрощенность оценок.
- B. Внутренняя противоречивость.
- B. Однозначность внутри социальной группы.
- Г. Основывается на стереотипах.

4. К целенаправленному преобразованию информации относится (выберите все правильные ответы)

- A. Искажение.
- B. Утаивание.
- B. Секретность.
- Г. Контекст.

5. Соотнесите роли в треугольнике Карпмана с характеристиками поведения

Роли	Характеристики поведения
1. Жертва.	A. Жалуется, терпит неудачи.
2. Агрессор.	B. Обвиняет, нападает, обзывает.
3. Спасатель.	B. Стремиться помочь, даже в

	ущерб себе.
--	-------------

6. Соотнесите уровни общественного мнения с компонентами:

Уровни общественного мнения	Компоненты
1. Рациональный. 2. Эмоциональный 3. Поведенческий	А. Нормы Б. Знания В. Настроения Г. Верования Д. Волевые побуждения Е. Проявление позиции

7. Какие вы знаете организации, изучающие общественное мнение? Напишите ответ. (открытый вопрос)

Тема 3. Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения

Вопросы для опроса:

1. В чем заключаются особенности исследования и понимания проблем общественного мнения в трудах представителей психологического направления в социологии и в самой психологии?
2. Определите роль стереотипов в восприятии, в общественном сознании и в процессе формирования общественного мнения.
3. В чем заключается сущность общественного мнения как социального явления и категории социологии?

Тестовые задания:

1. К функциям манипулирования относится: (выберите один ответ)
  - а) коммерциализация проекта
  - б) соблюдение норм морали
  - в) эксплуатация и господство
2. Тип общественного сознания, связанный с деятельностью массовых общностей; и отражающий различные стороны жизни общества, вызывающие интерес массовых общностей – это (выберите один ответ)
  - А. Массовое сознание
  - Б. Индивидуальное сознание
  - В. Общественное мнение.
3. Что из перечисленного относится к социальным качествам личности (выберите все правильные ответы)
  - А. Самооценка,
  - Б. Социальная идентификация,
  - В. Интересы, система знаний
  - Г. Память
  - Д. Эмоции
  - Е. Убеждения
4. Что из перечисленного относится к характеристикам массового сознания? (выберите все правильные ответы)

- А. Разрозненность
- Б. Однородность
- В. Устойчивость
- Г. Недоступность.

5. Соотнесите понятия и определения:

Понятия	Определения
Гибридная война	Сочетание не только военных методов, но и технологий дипломатического, экономического, психологического, информационного давления
Информационная война	Воздействие на граждан (население и военнослужащих) другого государства путем распространения определенной информации или дезинформации.

6. Соотнесите психологические защиты с их характеристиками

Психологическая защита	Характеристика
1. Замещение 2. Сублимация 3. Регрессия 4. Проекция	А. Подмена одних ценностей на другие. Б. Перенос негативной энергии на созидательные цели. В. Уход в детство. Г. Перенос своих негативных качеств на окружающих

- 7. Назовите, какие есть два направления в информационных войнах? (открытый вопрос)
- 8. Перечислите, какие социальные качества личности, вы знаете? (открытый вопрос)

Тема 4. Психолого-социальные аспекты манипулирования.

Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования.

Вопросы для опроса:

1. Что означает двухуровневый подход к исследованию общественного мнения? Расставьте приоритеты и определите реальные позиции в современных социологических исследованиях.
2. Как соотносятся понятия: индивидуальное, коллективное, групповое и общественное мнение?
3. Какова роль сознания и его основных типов (индивидуального, коллективного, общественного, массового) в формировании и функционировании общественного мнения?

4. Влияют ли принципы научного анализа и языка на определение понятия «общественное мнение»?

Тема 5. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования.

Вопросы для опроса:

1. Существует ли взаимосвязь между методологическим подходом и категориальным рядом теоретической модели в социологическом исследовании общественного мнения?
2. Что означает онтологический подход к исследованию общественного мнения?
3. В чем заключается монистическая и плюралистическая традиция в определении субъекта общественного мнения?
4. Что может выступать в качестве объекта общественного мнения?

Тема 6. Установки в манипуляции

Вопросы для опроса:

1. Какие свойства общественного мнения могут выступать в качестве его характеристики как социальной системы?
2. В чем заключается социологический подход к анализу общественного мнения как социального института?
3. Проанализируйте функции общественного мнения в его взаимосвязи с различными социальными институтами общества (культурными, политическими, государственными, коммуникативными, институтами науки и др.).

Тема 7. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации.

Вопросы для опроса:

1. Какие проблемы существуют в определении функций общественного мнения в социологии?
2. Раскройте основные положения концепции «спирали молчания» Э.Ноэль-Нойман.
3. Что является основой функционального подхода к изучению общественного мнения?
4. Каковы основные объяснительные модели и способы структуризации общественного мнения?
5. Проанализируйте взаимосвязь общественного мнения с основными институтами и средствами массовой информации и коммуникации.

Тема 8. Манипулятивные приемы в рекламе и маркетинге

Вопросы для опроса:

1. Каковы возможности и перспективы применения деятельностного подхода в социологии общественного мнения?
2. Что является основными движущими силами процесса формирования и развития общественного мнения?
3. Как соотносятся методология и методика в социологии общественного мнения? В чем их взаимосвязь?
4. В чем заключаются проблемы методической обоснованности и верификации в прикладных исследованиях общественного мнения?

#### Тема 9. Технологии управления массовым сознанием в политике

Вопросы для опроса:

1. Охарактеризуйте основные подходы к построению выборки в сфере изучения общественного мнения и проблемы, связанные с ее применением.
2. Проведите анализ наиболее распространенных стилей и научных традиций изучения общественного мнения.
3. Какие перспективы есть у качественных методов в изучении общественного мнения? Существуют ли ограничения в их применении в этой области научного знания?
4. Определите и проанализируйте основные свойства и показатели общественного мнения. На чем основываются основные принципы их оценки и измерения?
5. Может ли быть решена проблема информативности показателей общественного мнения? В чем ее суть?

#### Тема 10. Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, В. Бехтерев).

Вопросы для опроса:

1. Существует ли специфика и особенности в организации социологического изучения общественного мнения?
2. Каким образом может использоваться общественное мнение как социальная технология в управлении социальными процессами?
3. Какие проблемы и новые возможности обусловлены информационным обществом в сфере изучения общественного мнения?

Тестовые задания:

1. Соотнесите вид психологического влияния с его характеристиками

Вид влияния	Характеристики
1. Убеждение –	А. факты, аргументы
2. Самопрезентация –	Б. дипломы, награды
3. Внушение –	В. повторение без доказательств
4. Импульс к подражанию –	Г. мода, авторитет
5. Создание благосклонности	Д. комплимент, совет

2. Распределите эмоции в соответствии с тональностью

Тональность	Эмоции
1. Позитивные. 2. Негативные	радость, интерес, счастье, восхищение, гордость, надежда, удовольствие, спокойствие, злость, возмущение, обида, отвращение, страх, вина, опасение, стыд, неловкость, скука

3. Какие эффекты от привлечения «звезд» в рекламе (выберите все правильные ответы)

- А. Удовольствие от просмотра
- Б. Вовлечение в просмотр, интерес
- В. Запоминаемость
- Г. Неубедительность

4. Выберите все особенности, которые присущи толпе (выберите все правильные ответы)

- А. Анонимность
- Б. Непредсказуемость
- В. Эффект заражения эмоциями
- Г. Действия опираются на логику
- Д. Сохраняется привычное поведение человека

5. Отбор и использование таких средств языка, с помощью которых можно воздействовать на адресата речи, которое не осознается и воспринимается как часть объективной информации. (выберите один ответ)

- А. Языковое манипулирование
- Б. Воздействие через систему ценностей
- В. Сравнение

6. Образцы поведения, одобряемые в обществе, принятые как эталоны, к которым все стремятся (выберите один правильный ответ)

- А. Социальные установки
- Б. Картина мира
- В. Языковая манипуляция.

7. Напишите фамилии ученых, которые занимались изучением характеристик и особенностей поведения толпы, масс. (открытый вопрос)

8. Напишите, какие особенности толпы, масс они выделяли (открытый вопрос)

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Приведены в п. 6.2.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по

дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

*Необходимо составить расчет по конкретной дисциплине. НАПРИМЕР*

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,1	10
КТ 4	100	0,1	10
КТ 5	100	0,1	10
КТ 6	100	0,1	10
Итого:	100	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

*Тема 1, Тема 2,*

*Устный опрос*

КТ – 2.

*Тема 3. Тема 4*

*Устный опрос*

КТ – 3.

*Тема 5, Тема 6*

*Устный опрос*

КТ-4  
Тема 7, Тема 8  
Устный опрос

КТ-5  
Тема 9  
Устный опрос

КТ-6  
Тема 10  
Тестирование

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания тестирования:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Количество правильных ответов	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%
	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

*2. Критерии оценивания устного ответа:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Корректность и полнота ответов	0	Неверный ответ или отсутствие ответа
	25	Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе
	50	Поверхностное описание без конкретных примеров
	50	Правильный, но не аргументированный ответ
	100	Полный, развернутый, обоснованный

		ответ с конкретными примерами
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения задач открытого типа, тестовых заданий студенту разрешается использование калькулятора; программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

## **6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачета с оценкой в 7 семестре*.

Зачет с оценкой проходит в форме устного собеседования по вопросам и/или тестирования. На подготовку к ответу дается 20 минут. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 8, и материалами, выложенными в ДОТ.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

*Вопросы к зачету с оценкой:*

1. Сущность общественного мнения.
2. Общественное мнение в структуре общественного сознания.
3. Уровни общественного мнения.
4. Психологические характеристики общественного мнения: направленность, интенсивность, широта и глубина.
5. Факторы формирования и функционирования общественного мнения.
6. Объекты общественного мнения.
7. Типология субъектов общественного мнения в социально-дифференцированном обществе.
8. Сущность манипулирования.
9. Манипулирование в СМИ.
10. Психологическая основа манипуляции.
11. Управление идеями и убеждениями.

12. Манипулирование на телевидении, использование невербальных средств.
13. Манипулирование в печати: цвет, форма, текстопостроение.
14. Мифы и их природа.
15. Стереотипы как основа манипулирования.
16. Социальные и психологические установки.
17. Работы В. Бехтерева по манипуляции сознанием.
18. Проблема "управления толпой".
19. Формы защиты от манипулирования.
20. Человек - манипулятор (Д.Карнеги, Э. Фромм).
21. Конфликты и манипуляция.
22. Комментарий как вид психологической агрессии в СМИ.
23. Мифотворчество в избирательных кампаниях.
24. Мифологизация в медиасфере: современные тенденции.
25. Стереотипизирование как прием манипуляции.
26. Психотехнологии в рекламе.
27. Психологические особенности массово-информационных текстов.
28. Психологическая защита и современные технологии.
29. Человек – манипулятор (Шостром).
30. Человек играющий (Хейзинга).
31. Жанровая палитра в психологическом воздействии.
32. Новые формы воздействия в сетевых СМИ.
33. Использование музыки в манипулятивных процессах медиасферы.
34. Приемы психологической защиты от медиа-агрессии.
35. Этимология медиа-агрессии.
36. Вопросы медиа-насилия.
37. Психология массовидных явлений в медиасфере.
38. Блоггерство как новый прием воздействия.
39. Пользователь Интернет как объект манипулирования.
40. Читатель в Интернете: формы взаимодействия с автором.
41. Манипулирование в рекламе.
42. Мифодизайн в рекламе.

*Вопросы для самопроверки:*

#### Перечень проверочных заданий:

Тема 1. Понятие общественного мнения, закономерности его возникновения и формирования. ПК-4.4

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа (Вариант 1)	1. Что является главным признаком манипуляции? а) Открытое обсуждение целей б) Скрытое воздействие на поведение в) Равноправный диалог г) Прямое принуждение
	2. В какой период понятие «манипуляция» начало активно использоваться в социальном контексте? а) Античность б) Средневековье в) XX век г) XXI век
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа (Вариант 2)	1. Чем манипуляция отличается от убеждения? а) Использует только логические аргументы б) Предполагает скрытость целей в) Всегда легальна г) Не влияет на поведение
	2. Какой фактор усилил масштабы манипулирования в XXI веке? а) Снижение роли СМИ б) Развитие цифровых

	технологий в) Рост религиозности г) Укрепление традиционных ценностей
<b>Задание на установление соответствия</b> (Вариант 1)	Соотнесите исторический период и характер понимания манипуляции: 1) Античность 2) XVIII–XIX вв. 3) XX век А) Манипуляция как инструмент массовой пропаганды Б) Размышления о влиянии мнения и риторики В) Формирование понятия «манипуляция» в политике и PR
	Соотнесите термин и его суть: 1) Манипуляция 2) Манипулирование А) Длительный процесс скрытого воздействия Б) Единичный акт скрытого влияния
<b>Задание на установление соответствия</b> (Вариант 2)	Соотнесите сферу и типичный приём манипуляции: 1) Политика 2) Реклама 3) СМИ А) Эмоциональный призыв к покупке Б) Создание «врага»/«угрозы» В) Селекция новостей и акценты
	Соотнесите понятие и определение: 1) Мягкая манипуляция 2) Жёсткая манипуляция А) Открытое принуждение Б) Скрытое влияние под видом выбора
<b>Задание с выбором нескольких правильных ответов</b> (Вариант 1)	Выберите все признаки манипуляции (3 ответа): а) Прозрачность целей б) Скрытость намерений в) Ориентир на выгоду манипулятора г) Равноправие сторон д) Использование психологических приёмов
	Какие сферы чаще всего используют манипулятивные техники? (3 ответа) а) Образование б) Политика в) Реклама г) Наука д) СМИ
<b>Задание с выбором нескольких правильных ответов</b> (Вариант 2)	Какие приёмы относятся к манипуляции? (3 ответа) а) Апелляция к страху б) Полное предоставление фактов в) Создание ложной дилеммы г) Открытое обсуждение альтернатив д) Игра на стереотипах
	Что способствует эффективности манипуляции? (3 ответа) а) Критическое мышление аудитории б) Эмоциональная вовлечённость в) Информационная перегрузка г) Высокая медиаграмотность д) Доверие к источнику
<b>Задание на установление последовательности</b> (Вариант 1)	Расположите этапы трансформации понятия «манипуляция» по хронологии: 1) Связь с ручным трудом (лат. <i>manus</i> ) 2) Философские размышления о влиянии мнения 3) Системное изучение в психологии и социологии 4) Массовое использование в PR и медиа
	Установите последовательность механизмов манипулятивного воздействия: 1) Выявление уязвимостей аудитории 2) Подбор приёмов воздействия 3) Скрытая постановка цели 4) Оценка результата
<b>Задание на установление последовательности</b> (Вариант 2)	Расположите по хронологии появление технологий манипулирования: 1) Печатная пресса 2) Радио 3) Телевидение 4) Социальные сети
	Установите порядок этапов манипуляции: 1) Закрепление желаемого поведения 2) Внедрение идеи 3) Подготовка аудитории (создание контекста) 4) Контроль обратной связи
<b>Задание комбинированного типа (выбор + обоснование)</b>	Выберите верный ответ и обоснуйте: «Манипуляция всегда носит негативный характер». а) Да, потому что... б) Нет, потому что... <i>Обоснуйте свой выбор в 1–2 предложениях.</i>
	Выберите верный ответ и обоснуйте: «Манипулирование

(Вариант 1)	возможно только в массовых коммуникациях». а) Да, потому что... б) Нет, потому что... <i>Обоснуйте свой выбор в 1–2 предложениях.</i>
<b>Задание комбинированного типа (выбор + обоснование)</b> (Вариант 2)	Выберите верный ответ и обоснуйте: «Манипуляция и пропаганда — одно и то же». а) Да, потому что... б) Нет, потому что... <i>Обоснуйте свой выбор в 1–2 предложениях.</i>
	Выберите верный ответ и обоснуйте: «Манипуляция невозможна без технологий». а) Да, потому что... б) Нет, потому что... <i>Обоснуйте свой выбор в 1–2 предложениях.</i>
<b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b> (Вариант 1)	Объясните, как изменилось понимание манипуляции с развитием интернета и социальных сетей. Приведите 2–3 примера.
	Опишите, в чём разница между «манипуляцией» и «манипулированием» с точки зрения социальной динамики. Приведите по одному примеру.
<b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b> (Вариант 2)	Как развитие PR и рекламы повлияло на трансформацию понятия «манипуляция»? Охарактеризуйте 2–3 ключевых изменения.
	Приведите 3 примера манипулятивных техник в современных СМИ и объясните, почему они работают.

Тема 2. Определение манипуляции. Трансформация понятия манипуляция - манипулирование с развитием общественных отношений. ПК-4.4

Тип задания	Задания
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	1. Что является ключевым признаком манипуляции в социальных отношениях? а) открытое декларирование целей; б) скрытое воздействие на сознание и поведение; в) добровольное согласие всех сторон; г) юридически закреплённые обязательства. 2. Как изменилось понятие «манипулирование» в эпоху цифровых коммуникаций? а) сузилось до сферы политики; б) стало означать исключительно обман; в) расширилось за счёт новых каналов (соцсети, алгоритмы, таргетинг); г) утратило актуальность.
Задание закрытого типа на установление соответствия	1. Установите соответствие между этапом развития общества и характерной формой манипулирования: 1) Традиционное общество; 2) Индустриальное общество; 3) Информационное общество. а) манипулирование через массовые СМИ, рекламу, PR; б) манипулирование через ритуалы, мифы, религиозные догматы; в) манипулирование через алгоритмы, персонализированный контент, Big Data. 2. Установите соответствие между характеристиками манипуляции и их описаниями. Характеристика манипуляции А) Скрытый характер

	<p>Б) Целевая направленность  В) Корыстный умысел  Г) Неравноценный результат.  Описание  1) Манипулятор сознательно стремится к определённому результату, действуя в своих интересах.  2) Манипулируемый не должен узнать о недобросовестных намерениях манипулятора; воздействие ведётся незаметно.  3) Воздействие ориентировано на достижение конкретного результата (изменение мнения, поведения и т. п.).  4) Для манипулируемого возникают негативные последствия, а для манипулятора — выгода.</p>
<p>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Выберите все верные утверждения о манипуляции: а) манипуляция всегда незаконна; б) манипуляция может осуществляться без осознанного намерения со стороны субъекта; в) манипуляция предполагает скрытость целей; г) манипуляция возможна только в межличностных отношениях; д) манипулирование усиливается при росте информационной плотности среды.</p> <p>2. Какие факторы способствовали трансформации манипулирования в XXI веке? а) развитие соцсетей и платформ; б) снижение уровня образования; в) алгоритмизация контента и таргетирование; г) усиление госрегулирования СМИ; д) рост доступности персональных данных.</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>1. Расположите этапы эволюции манипулятивных практик в хронологическом порядке: а) манипулирование через устную традицию и ритуалы; б) манипулирование через печатные СМИ и пропаганду; в) манипулирование через телевидение и массовую рекламу; г) манипулирование через цифровые платформы и алгоритмы.</p> <p>2. Расположите этапы трансформации понятия «манипуляция – манипулирование» в хронологическом порядке, от ранних форм к современным. Запишите последовательность цифр без пробелов и знаков препинания (например, 3142).</p> <p>1. Манипуляция через ритуальные практики, мифы, устные предания (традиционное общество).  2. Манипуляция посредством печатной пропаганды, газет, листовок (Новое время).  3. Манипуляция через радио и телевидение, формирование массовых образов (XX век).  4. Манипуляция с использованием алгоритмов, Big Data, таргетированной рекламы, соцсетей (XXI век).  5. Манипуляция через афиши, глашатаев, площадные представления (Средневековье — раннее Новое время).</p>
<p>Задание комбинированного</p>	<p>Какой из подходов лучше объясняет трансформацию манипулирования в современном обществе? а)</p>

<p>типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>технодетерминизм (технологии определяют формы манипуляции); б) социокультурный подход (манипуляция отражает ценности и структуры общества); в) психологический редуционизм (манипуляция сводится к когнитивным искажениям индивида). <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<p>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</p>	<p>1. Дайте определение манипуляции в социальных отношениях. В чём её отличие от открытого убеждения? Приведите два примера из современной общественной практики. 2. Как развитие цифровых технологий изменило характер и масштабы манипулирования? Опираясь на конкретные механизмы (не менее двух), покажите, в чём состоит новизна цифрового манипулирования по сравнению с традиционными формами.</p>

Тема 3. Общество и процессы манипуляции. Общественное сознание и массовая коммуникация. Побудительные мотивы коллективного поведения. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<p>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</p>	<p>1. Что является ключевым признаком манипуляции в массовой коммуникации? а) открытое декларирование целей воздействия; б) использование исключительно правдивой информации; в) скрытость истинных намерений воздействующего; г) обязательное получение согласия аудитории.</p> <p>2. Какой из факторов <b>не</b> способствует восприимчивости массового сознания к манипуляциям? а) высокий уровень критической грамотности аудитории; б) эмоциональное напряжение в обществе; в) дефицит достоверной информации; г) стереотипизация мышления.</p>
<p>Задание закрытого типа на установление соответствия</p>	<p>1. Установите соответствие между методом манипуляции и его описанием. Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв.</p> <p><b>Методы:</b> А) внушение; Б) стереотипизация; В) отвлечение внимания; Г) создание иллюзии массовости.</p> <p><b>Описания:</b> 1) Навязывание упрощённых образов и шаблонов поведения, блокирующих критическое мышление. 2) Многократное повторение простых посланий, создающее ощущение их очевидности. 3) Перенос фокуса с проблемной темы на второстепенные события. 4) Демонстрация мнимого консенсуса («все</p>

Тип задания	Задания
	<p>так думают»)), побуждающая к подражанию.</p> <p>2. Установите соответствие между побудительными мотивами коллективного поведения и типичными приёмами их эксплуатации в манипулятивных кампаниях.</p> <p>Побудительный мотив</p> <p>А) Страх Б) Солидарность В) Справедливость Г) Потребность в признании Д) Любопытство</p> <p>Приём манипуляции</p> <p>1) Создание образа «общего врага», противопоставление «своих» и «чужих» 2) Демонстрация «угрозы безопасности», нагнетание тревоги о будущем 3) Апелляция к «традициям», «исторической миссии», формирование чувства принадлежности 4) Акцент на «нарушении прав», «неравенстве», призыв к «возмездию»</p> <p>5) Обещание эксклюзивной информации, «разоблачений», использование интриги</p>
<p><b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Выберите все верные утверждения о роли массовой коммуникации в манипулятивных процессах. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Массовая коммуникация позволяет масштабировать манипулятивное воздействие на большие аудитории. 2) Манипуляция через СМИ всегда незаконна. 3) Массовые каналы усиливают эффект повторения и закрепления стереотипов. 4) Манипуляция невозможна без использования цифровых платформ. 5) Массовая коммуникация может формировать «повестку дня», направляя внимание общества.</p> <p>2. Какие мотивы чаще всего эксплуатируются при манипуляции массовым сознанием? а) страх и безопасность; б) стремление к рациональному анализу; в) потребность в принадлежности к группе; г) желание критически оценивать информацию; д) жажда справедливости.</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление</b></p>	<p>Расположите этапы манипулятивного воздействия в массовой коммуникации в логическом порядке. Запишите последовательность цифр без пробелов. 1)</p>

Тип задания	Задания
<p><b>последовательности</b></p>	<p>Закрепление сформированного мнения через повторение и социальные доказательства. 2) Выбор целевой аудитории и её уязвимых точек (страхи, ценности). 3) Подача информации в эмоционально окрашенной, упрощённой форме. 4) Создание контекста, в котором манипулятивное послание выглядит естественным. 5) Запуск механизма социального подражания («эффект толпы»).</p> <p>2. Расположите этапы <b>манипулятивного воздействия через массовую коммуникацию</b> в логической последовательности — от подготовки до закрепления результата. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов и знаков препинания (например, 41325).</p> <p>1. Выбор каналов распространения (ТВ, соцсети, мессенджеры) для достижения целевой аудитории.</p> <p>2. Закрепление сформированного мнения через повторение, мемы, вирусный контент.</p> <p>3. Выявление уязвимых точек аудитории (страхи, ценности, стереотипы).</p> <p>4. Формирование повестки: выделение «ключевой проблемы» и её интерпретация.</p> <p>5. Подача эмоционально окрашенной информации, упрощающей восприятие.</p>
<p><b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b></p>	<p>Какой из механизмов массовой коммуникации наиболее эффективен для долгосрочной манипуляции?  а) сенсационные заголовки; б) формирование стереотипов и когнитивных шаблонов; в) единоразовое опровержение фактов. <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<p><b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b></p>	<p>1. Объясните, как общественное сознание становится уязвимым для манипуляций в условиях информационной перегрузки. Приведите 2–3 конкретных примера из современной медиасреды. 2. Опишите, как побудительные мотивы коллективного</p>

Тип задания	Задания
	поведения (страх, солидарность, справедливость) могут быть использованы в манипулятивных кампаниях. Приведите по одному примеру для каждого мотива.

Тема 4. Психолого-социальные аспекты манипулирования. Биологическая, социальная, психологическая, управленческая сторона манипулирования. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b>	1. Какой аспект манипулирования отражает врождённые психофизиологические предрасположенности человека к восприятию скрытых воздействий? а) социальный; б) биологический; в) психологический; г) управленческий. 2. Что является ключевым признаком манипулятивного воздействия с психологической точки зрения? а) открытое декларирование целей; б) явное принуждение; в) скрытость намерений и использование когнитивных искажений; г) обязательное наличие материального вознаграждения.
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	Установите соответствие между <b>аспектом манипулирования</b> и его <b>основным содержанием</b> . Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Аспекты:</b> А) Биологический; Б) Социальный; В) Психологический; Г) Управленческий. <b>Содержание:</b> 1) Использование групповых норм, ролей, институтов для скрытого воздействия. 2) Врождённые механизмы восприятия, нейрофизиологические реакции, инстинктивные паттерны. 3) Управление поведением подчинённых через скрытые стимулы, формирование лояльности. 4) Воздействие на эмоции, установки, когнитивные схемы, бессознательные процессы.
<b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b>	1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о биологических предпосылках манипулирования. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Биологические механизмы не влияют на восприимчивость к манипуляциям. 2) Инстинктивные реакции (например, страх, агрессия) могут быть мишенями манипулятивного воздействия. 3) Нейрофизиологические особенности (например, работа миндалевидного тела) влияют на эмоциональную уязвимость. 4) Биологические факторы полностью определяют поведение человека в ситуации манипуляции. 5) Эволюционно закреплённые паттерны (например, подражание) используются в манипулятивных техниках. 2. Какие из перечисленных механизмов относятся к психологическому аспекту манипулирования? а) Использование стереотипов и шаблонов мышления; б) Апелляция к групповым нормам; в) Игра на чувствах вины и стыда; г) Создание иллюзии выбора; д)

	Регламентация должностных инструкций.
<b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b>	Расположите этапы манипулятивного воздействия в психологической последовательности — от подготовки до результата. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Закрепление новой установки или поведенческого паттерна через повторение. 2) Выявление уязвимых психологических точек (страхи, потребности, когнитивные искажения). 3) Подстройка под эмоциональное состояние адресата (создание доверия). 4) Внедрение целевого сообщения (через метафоры, образы, внушение). 5) Контроль реакции и корректировка воздействия.
<b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b>	Какой из аспектов манипулирования наиболее важен для долгосрочного изменения поведения в организационной среде? а) Биологический; б) Социальный; в) Психологический; г) Управленческий. <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b>
<b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b>	1. Опишите, как биологические предпосылки (например, инстинктивные реакции, нейрофизиология) делают человека уязвимым для манипуляций. Приведите 2–3 конкретных примера. 2. Объясните, как социальный аспект манипулирования (нормы, роли, институты) усиливает эффективность психологических приёмов. Проиллюстрируйте ответ на примере массовой коммуникации или корпоративной среды.

Тема 5. Манипулятивные игры как форма социальной активности индивида (по Э. Берну). Бихевиоризм и гештальт-психология как инструменты манипулирования. ПК-4.4

<b>Тип задания</b>	<b>Задания</b>
<b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b>	1. Согласно Э. Берну, «манипулятивные игры» в общении — это: а) осознанные развлекательные взаимодействия; б) скрытые транзакционные паттерны с выигрышем для одной стороны; в) исключительно патологические формы поведения; г) открытые договоры о взаимных услугах. 2. В бихевиоризме основным инструментом манипулирования выступает: а) анализ бессознательных конфликтов; б) подкрепление (положительное/отрицательное); в) реконструкция гештальтов; г) экзистенциальный диалог.
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	Установите соответствие между <b>подходом</b> и его <b>ключевыми механизмами манипулирования</b> . Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Подходы:</b> А) Теория игр Э. Берна; Б) Бихевиоризм; В) Гештальт-психология. <b>Механизмы:</b> 1) Формирование и разрыв незавершённых гештальтов, управление фокусом внимания. 2) Скрытые транзакции, ролевые сценарии, «выигрыш» в межличностном обмене. 3) Подкрепление, наказание, формирование условных реакций.
<b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из</b>	Выберите <b>все верные</b> утверждения о манипулятивных играх по Э. Берну. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Игры всегда осознанны и планируются

<b>нескольких вариантов предложенных</b>	участниками. 2) Игры имеют скрытую мотивацию и сценарий. 3) В играх есть «выигрыш» (психологический, социальный, материальный) для одного из участников. 4) Игры невозможны в профессиональных отношениях. 5) Игры могут воспроизводиться автоматически, без сознательного контроля. 2. Какие приёмы относятся к бихевиористским методам манипулирования? а) Подкрепление желаемого поведения наградой; б) Анализ детских травм; в) Использование наказания для подавления нежелательного поведения; г) Рефлексия незавершённых действий; д) Формирование условных рефлексов через повторение.
<b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b>	Расположите этапы <b>манипулятивной игры</b> по Э. Берну в правильном порядке. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) «Выигрыш» (получение психологической/социальной выгоды). 2) Скрытая трансакция (неявный посыл, отличный от явного). 3) Реакция партнёра (ответ на скрытый посыл). 4) Ролевая фиксация (принятие участником определённой роли в сценарии). 5) Завершение игры (развязка, фиксация результата).
<b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b>	Какой подход лучше объясняет устойчивость манипулятивных игр в повседневном общении? а) Бихевиоризм (подкрепление привычек); б) Теория игр Э. Берна (скрытые сценарии и выигрыши); в) Гештальт-психология (завершение незавершённых действий). <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b>
<b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b>	1. Опишите структуру манипулятивной игры по Э. Берну (на примере игры «Да, но...» или «Если бы не ты»). Укажите: скрытые цели, роли участников, механизм «выигрыша». 2. Объясните, как принципы бихевиоризма (подкрепление, наказание, условные рефлексы) и гештальт-психологии (завершение гештальтов, фокус внимания) могут использоваться для манипулирования поведением. Приведите по 1–2 примера для каждого подхода.

#### Тема 6. Установки в манипуляции. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b>	1. Что такое установка в контексте манипулятивного воздействия? а) осознанное решение человека действовать определённым образом; б) устойчивая предрасположенность воспринимать и реагировать на стимулы определённым образом; в) кратковременная эмоциональная реакция на внешний раздражитель; г) исключительно когнитивное убеждение без поведенческого компонента. 2. Какой компонент НЕ входит в структуру установки по классической модели (М. Рокич)? а) когнитивный (знания, представления); б) аффективный (эмоции, оценки); в) поведенческий (готовность к действию); г) физиологический (телесные реакции).
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	Установите соответствие между <b>типом установки</b> и её <b>характеристикой</b> . Запишите ответ в виде

	<p>последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Типы установок:</b> А) Смысловая; Б) Целевая; В) Операционная. <b>Характеристики:</b> 1) Определяет способы и приёмы действий в конкретных условиях (как действовать). 2) Задаёт общую направленность деятельности, отвечает на вопрос «зачем?» (ценностная ориентация). 3) Фиксирует готовность к действию в определённой ситуации (что делать?).</p>
<p><b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о роли установок в манипуляции. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Установки могут формироваться неосознанно под влиянием повторяющейся информации. 2) Установки всегда рациональны и основаны на объективных фактах. 3) Манипулятор может эксплуатировать уже существующие у человека установки. 4) Установки невозможно изменить в процессе коммуникации. 5) Установки влияют на восприятие информации и выбор поведения.</p> <p>2. Какие механизмы способствуют закреплению манипулятивных установок? а) Повторение и ритуализация; б) Критический анализ информации; в) Эмоциональное подкрепление (положительные/отрицательные переживания); г) Предоставление альтернативных точек зрения; д) Социальное подкрепление (одобрение группы).</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b></p>	<p>Расположите этапы <b>формирования манипулятивной установки</b> в логической последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Закрепление установки через повторение и подкрепление. 2) Активация существующей установки или создание новой через воздействие. 3) Восприятие информации, содержащей манипулятивный посыл. 4) Трансляция установки в поведение (совершение действия). 5) Оценка результата и корректировка установки (при необходимости).</p>
<p><b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b></p>	<p>Какой тип установки наиболее важен для долгосрочного манипулятивного влияния? а) Операционная (способы действия); б) Целевая (смысловая направленность); в) Ситуативная (кратковременная готовность). <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<p><b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b></p>	<p>1. Опишите, как манипулятор может использовать <b>когнитивный диссонанс</b> для изменения установок. Приведите пример из сферы рекламы или политики.</p> <p>2. Объясните, почему <b>социальные установки</b> (нормы, стереотипы) особенно уязвимы для манипулятивного воздействия. Проиллюстрируйте ответ на примере массовой коммуникации (СМИ, соцсети).</p>

Тема 7. Миф, его природа и сущность, стереотипы и их использование в манипулировании. Процессы мифологизации. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<p><b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Что является ключевой чертой мифа как формы общественного сознания? а) строгое следование фактам и логике; б) образно-символическое отражение реальности, не требующее доказательств; в) исключительно</p>

	<p>религиозное содержание; г) индивидуальная интерпретация событий.</p> <p>2. Что отличает стереотип от мифа в контексте манипулирования? а) стереотип всегда ложный, а миф может содержать долю правды; б) стереотип — упрощённое представление о группе/явлении, миф — целостная символическая картина мира; в) стереотипы используются только в рекламе, мифы — только в политике; г) между ними нет принципиальной разницы.</p>
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	<p>1. Установите соответствие между <b>процессом</b> и его <b>содержанием</b>. Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Процессы:</b> А) Мифологизация; Б) Стереотипизация; В) Символизация. <b>Содержание:</b> 1) Придание объектам/явлениям символического значения, выход за рамки буквального смысла. 2) Создание упрощённых, устойчивых образов групп/явлений, облегчающих восприятие. 3) Превращение реальных событий/лиц в мифологические архетипы, наделение их сверхсмыслами.</p>
<b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b>	<p>1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о мифологизации в современном обществе. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Мифологизация возможна только в традиционных обществах. 2) Современные мифы часто создаются и распространяются через СМИ и соцсети. 3) Мифы могут выполнять интегрирующую функцию, объединяя людей вокруг общих ценностей. 4) Мифологизация всегда носит деструктивный характер. 5) Политические лидеры нередко становятся объектами мифологизации.</p> <p>2. Какие из перечисленных приёмов относятся к использованию стереотипов в манипулировании? а) апелляция к «образцу» («так делают все порядочные люди»); б) детальный анализ статистических данных; в) использование клише («типичные представители...»); г) предоставление разносторонней информации; д) эксплуатация гендерных, возрастных, национальных шаблонов.</p>
<b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b>	<p>Расположите этапы <b>процесса мифологизации</b> в логической последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Закрепление мифа в коллективной памяти (ритуалы, нарративы, символы). 2) Возникновение потребности в объяснении сложного/пугающего явления. 3) Трансформация реального события/лица в архетипический образ (герой, злодей, спаситель). 4) Распространение мифа через каналы коммуникации (рассказы, СМИ, искусство). 5) Эмоциональное усиление мифа (страхи, надежды, коллективные переживания).</p>
<b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b>	<p>Какой механизм делает стереотипы эффективным инструментом манипулирования? а) их сложность и многоаспектность; б) их устойчивость и экономичность для когнитивной обработки; в) их строгое соответствие реальности; г) их индивидуальная уникальность.</p> <p><b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<b>Задание открытого типа с</b>	<p>1. Опишите <b>механизм мифологизации политического</b></p>

развёрнутым ответом	<p><b>лидера</b> (на примере реального или гипотетического случая). Укажите: какие архетипы задействуются, какие символы используются, как миф транслируется в массовое сознание. 2. Объясните, почему <b>стереотипы</b> легко эксплуатируются в манипулятивных целях. Приведите 2–3 конкретных примера использования стереотипов в рекламе, политике или СМИ. Покажите, как стереотип упрощает восприятие и снижает критичность мышления.</p>
---------------------	--

## Тема 8. Манипулятивные приемы в рекламе и маркетинге. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<p><b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Какой приём использует реклама, когда утверждает «№ 1 на рынке», не указывая критериев рейтинга? а) прямое сравнение с конкурентами; б) манипуляция статистикой (бездоказательные утверждения); в) честное информирование о лидерстве; г) призыв к рациональному выбору.</p> <p>2. Что означает приём «ограничение времени» в маркетинге? а) указание точного срока годности товара; б) создание ощущения срочности («только до...», «осталось 3 штуки»); в) график работы магазина; г) длительность рекламной кампании.</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b></p>	<p>Установите соответствие между <b>манипулятивным приёмом</b> и его <b>описанием</b>. Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Приёмы:</b> А) «Цена-приманка» (decoy pricing); Б) «Эффект якоря» (anchoring); В) «Социальное доказательство»; Г) «Ложная эксклюзивность». <b>Описания:</b> 1) Демонстрация отзывов, рейтингов, числа покупателей для создания доверия. 2) Предложение заведомо невыгодного варианта, чтобы сделать другой товар привлекательнее. 3) Первое названное число (цена, скидка) задаёт рамку восприятия последующих предложений. 4) Фраза «только для вас», «эксклюзивно в нашем магазине» без реальных оснований.</p>
<p><b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о манипулятивных приёмах в рекламе. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Приём «сравнение с несуществующим конкурентом» допустим, если сравнение правдиво. 2) «Эффект дефицита» («осталось мало») повышает импульсные покупки. 3) «Скрытая реклама» (нативная интеграция) всегда чётко маркируется как рекламная. 4) «Эмоциональный крючок» (страх, зависть, радость) усиливает вовлечённость. 5) «Ложная экспертиза» (мнимые доктора, учёные) запрещена во многих странах. 2. Какие приёмы относятся к когнитивным искажениям, используемым в маркетинге? а) «эффект владения» (человек ценит своё выше); б) «подтверждение ожиданий» (поиск информации, подтверждающей гипотезу); в) «апелляция к логике» с детальным разбором характеристик; г) «эффект приманки» (decoy effect); д) «прозрачность ценообразования».</p>

<p><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b></p>	<p>Расположите этапы <b>манипулятивного сценария в рекламной кампании</b> в логическом порядке. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Создание эмоционального триггера (страх, желание статуса). 2) Предложение «решения» (товар/услуга). 3) Формирование потребности (показ проблемы). 4) Усиление срочности («только сегодня»). 5) Подкрепление социального доказательства (отзывы, рейтинги).</p>
<p><b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b></p>	<p>Какой приём наиболее эффективен для повышения конверсии в онлайн-магазине? а) детальное описание технических характеристик; б) «корзина с исчезающими товарами» (имитация дефицита); в) нейтральный дизайн без акцентов; г) длинный текст о компании. <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<p><b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b></p>	<p>1. Опишите <b>механизм действия приёма «цена-приманка»</b> (decoy pricing) на примере магазина электроники. Приведите конкретный сценарий с 3 вариантами товара и покажите, как приём влияет на выбор покупателя.</p> <p>2. Объясните, почему <b>эмоциональные крючки</b> (страх, зависть, ностальгия) эффективнее чистых фактов в рекламе. Приведите по 1 примеру использования каждого из трёх названных эмоциональных триггеров в реальных рекламных кампаниях. Покажите, как эмоция переводит внимание с рациональных аргументов на желание обладать.</p>

#### Тема 9. Технологии управления массовым сознанием в политике. ПК-4.4

Тип задания	Задания
<p><b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Какой приём использует реклама, когда утверждает «№ 1 на рынке», не указывая критериев рейтинга? а) прямое сравнение с конкурентами; б) манипуляция статистикой (бездоказательные утверждения); в) честное информирование о лидерстве; г) призыв к рациональному выбору.</p> <p>2. Что означает приём «ограничение времени» в маркетинге? а) указание точного срока годности товара; б) создание ощущения срочности («только до...», «осталось 3 штуки»); в) график работы магазина; г) длительность рекламной кампании.</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b></p>	<p>Установите соответствие между <b>манипулятивным приёмом</b> и его <b>описанием</b>. Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Приёмы:</b> А) «Цена-приманка» (decoy pricing); Б) «Эффект якоря» (anchoring); В) «Социальное доказательство»; Г) «Ложная эксклюзивность». <b>Описания:</b> 1) Демонстрация отзывов, рейтингов, числа покупателей для создания доверия. 2) Предложение заведомо невыгодного варианта, чтобы сделать другой товар привлекательнее. 3) Первое названное число (цена, скидка) задаёт рамку восприятия последующих предложений. 4) Фраза «только для вас», «эксклюзивно в нашем магазине» без реальных оснований.</p>

<p><b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о манипулятивных приёмах в рекламе. Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Приём «сравнение с несуществующим конкурентом» допустим, если сравнение правдиво. 2) «Эффект дефицита» («осталось мало») повышает импульсные покупки. 3) «Скрытая реклама» (нативная интеграция) всегда чётко маркируется как рекламная. 4) «Эмоциональный крючок» (страх, зависть, радость) усиливает вовлечённость. 5) «Ложная экспертиза» (мнимые доктора, учёные) запрещена во многих странах. 2. Какие приёмы относятся к когнитивным искажениям, используемым в маркетинге? а) «эффект владения» (человек ценит своё выше); б) «подтверждение ожиданий» (поиск информации, подтверждающей гипотезу); в) «апелляция к логике» с детальным разбором характеристик; г) «эффект приманки» (decoy effect); д) «прозрачность ценообразования».</p>
<p><b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b></p>	<p>Расположите этапы <b>манипулятивного сценария в рекламной кампании</b> в логическом порядке. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Создание эмоционального триггера (страх, желание статуса). 2) Предложение «решения» (товар/услуга). 3) Формирование потребности (показ проблемы). 4) Усиление срочности («только сегодня»). 5) Подкрепление социального доказательства (отзывы, рейтинги).</p>
<p><b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b></p>	<p>Какой приём наиболее эффективен для повышения конверсии в онлайн-магазине? а) детальное описание технических характеристик; б) «корзина с исчезающими товарами» (имитация дефицита); в) нейтральный дизайн без акцентов; г) длинный текст о компании. <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b></p>
<p><b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b></p>	<p>1. Опишите <b>механизм действия приёма «цена-приманка»</b> (decoy pricing) на примере магазина электроники. Приведите конкретный сценарий с 3 вариантами товара и покажите, как приём влияет на выбор покупателя.</p> <p>2. Объясните, почему <b>эмоциональные крючки</b> (страх, зависть, ностальгия) эффективнее чистых фактов в рекламе. Приведите по 1 примеру использования каждого из трёх названных эмоциональных триггеров в реальных рекламных кампаниях. Покажите, как эмоция переводит внимание с рациональных аргументов на желание обладать.</p>

Тема 10. Психология масс. Манипуляции толпой с помощью СМИ (Г. Лебон, С. Московичи, В. Бехтерев). ПК-4.4

Тип задания	Задания
<p><b>Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных</b></p>	<p>1. Согласно Г. Лебону, ключевая черта поведения индивида в толпе — это: а) усиление рациональности и критичности мышления; б) повышение личной ответственности за действия; в) утрата индивидуальности и преобладание бессознательных импульсов; г) стремление к диалогу и компромиссу.</p> <p>2. С. Московичи в своей теории масс подчёркивает роль:</p>

	а) экономических факторов как единственных детерминант массового поведения; б) лидеров и символов в формировании коллективных представлений; в) генетической предрасположенности к групповому поведению; г) исключительно рациональных аргументов в воздействии на толпу.
<b>Задание закрытого типа на установление соответствия</b>	Установите соответствие между <b>учёным</b> и <b>ключевой идеей</b> его концепции. Запишите ответ в виде последовательности цифр (без пробелов и знаков препинания), соответствующей порядку букв. <b>Учёные:</b> А) Г. Лебон; Б) С. Московичи; В) В. Бехтерев. <b>Идеи:</b> 1) Роль внушения и коллективного бессознательного в поведении масс. 2) Толпа как иррациональная сила, где доминируют эмоции и стереотипы. 3) Значение социальных представлений и символических лидеров в формировании массового сознания.
<b>Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</b>	1. Выберите <b>все верные</b> утверждения о механизмах манипуляции толпой (по Лебону, Московичи, Бехтереву). Ответ запишите цифрами в порядке возрастания. 1) Манипуляция возможна только при личном контакте с толпой. 2) СМИ усиливают эффект внушения, распространяя стереотипы и символы. 3) Эмоциональное возбуждение снижает критичность восприятия. 4) Рациональные аргументы всегда преобладают над эмоциональными в массовой аудитории. 5) Лидеры и «знаковые фигуры» играют ключевую роль в направлении массового поведения. 2. Какие из перечисленных приёмов используют СМИ для манипуляции массовым сознанием? а) повторение ключевых сообщений (рефрейминг); б) апелляция к экспертному мнению без проверки источников; в) предоставление разносторонней аналитики; г) создание «образа врага» через стереотипизацию; д) публикация первичных документов без интерпретации.
<b>Задание закрытого типа на установление последовательности</b>	Расположите этапы <b>манипулятивного воздействия на массу через СМИ</b> в логической последовательности. Запишите ответ в виде последовательности цифр без пробелов. 1) Закрепление установки через повторение и социальное подкрепление (отзывы, рейтинги). 2) Активация эмоционального отклика (страх, гнев, надежда). 3) Формирование «повестки дня» (выбор темы и угла освещения). 4) Внедрение ключевых символов/лозунгов, связывающих тему с архетипами. 5) Перевод эмоций в поведенческие реакции (акции, голосования, покупки).
<b>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</b>	Какой механизм, по В. Бехтереву, лежит в основе внушающего воздействия СМИ на массу? а) логическое убеждение через факты; б) бессознательное подражание и эмоциональное заражение; в) экономический интерес аудитории; г) строгое соблюдение правовых норм коммуникации. <b>Обоснуйте выбор в 2–3 предложениях.</b>
<b>Задание открытого типа с развёрнутым ответом</b>	1. Опишите, как <b>теория толпы Г. Лебона</b> объясняет уязвимость массового сознания к манипуляциям. Приведите 2–3 конкретных примера использования СМИ для активации лебоновских механизмов (например, стереотипизация, апелляция к «великому лидеру»),

	создание иллюзии единодушия). 2. Объясните, как концепция <b>социальных представлений С. Московичи</b> помогает понять роль СМИ в формировании коллективного мировоззрения. Приведите пример, как СМИ через повторение и символизацию превращают частную проблему в «общественную повестку». Покажите, какие элементы (образы, метафоры, нарративы) используются для закрепления установки.
--	--

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

*Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Разрешается использование программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины**

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на семинарских занятиях и на зачете.

Под самостоятельной работой понимается учебная деятельность, организуемая и осуществляемая студентом в наиболее рациональное с его точки зрения время, контролируемая им самим на основе внешнего опосредованного системного управления ею со стороны преподавателя. В процессе осуществления самостоятельной работы решаются следующие задачи: формирование познавательной активности, развитие самостоятельности мышления и инициативности, раскрытие творческого потенциала, формирование самоактуализирующейся личности, распределение нагрузки во времени согласно индивидуальным особенностям, изменение культуры отношения к образованию, закрепление ответственной модели поведения. Преподаватель непосредственно руководит самостоятельной работой и осуществляет контроль над всеми этапами, ставит цели и задачи, выдает задания и контролирует правильность их выполнения. Управление самостоятельной работой студентов подразумевает формирование навыков самостоятельной работы, разработку специальной учебно-методической литературы, поиск индивидуального подхода, создание мотивации работать самостоятельно и в целом сводится к трем вопросам:

- I. Организация процесса.
- II. Методическое обеспечение.
- III. Контроль.

Совершенствование содержания и форм организации и контроля самостоятельной работы студентов – важная составная часть процесса подготовки квалифицированного специалиста.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Ульяновский А.В. Мифодизайн : учебное пособие / Ульяновский А.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 460 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101353.html> (дата обращения: 11.03.2024).
2. Франц, В. А. Управление общественным мнением : учебное пособие для вузов / В. А. Франц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 133 с. — (Высшее образование). — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493657> (дата обращения: 11.03.2024).
3. Чумиков, А. Н. Управление коммуникациями : учебник / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 544 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1927318> (дата обращения: 11.03.2024). – Режим доступа: по подписке.
4. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиaprостранстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под ред. Ф. И. Шаркова. - Москва : Дашков и К, 2023. - 211 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1925550> (дата обращения: 11.03.2024). – Режим доступа: по подписке.

## 8.2. Дополнительная литература

1. Айзенк Ханс. Психология политики / пер. с англ. В. Егорова. — 2-е изд., эл. - Челябинск: Социум, 2020. - 394 с. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/368119/reading> (дата обращения: 11.03.2024). - Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
2. Бернейс Эдвард. Кристаллизация общественного мнения. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 208 с. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/377041/reading> (дата обращения: 11.03.2024). - Текст: электронный. (дата обращения: 11.03.2024).
3. Берн, Э. Люди, которые играют в игры: понять мотивы собственных и чужих поступков. – Москва: изд-во «Э», 2018. – 604 с.
4. Бунов, Е. Г. Общественное мнение в управлении социальными процессами : монография / Е.Г. Бунов, Е.В. Тихонова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 166 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1157111. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904255> (дата обращения: 11.03.2024). – Режим доступа: по подписке.
5. Новиков, Герасимов: Технологии пропаганды. Учебно-методическое пособие. – Москва: Флинта, 2023. – 147с.

## 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2023).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06. 2013 № 108-ФЗ). - URL: [http://www.consultant.ru/popular/advert/26\\_1.html](http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html) (дата обращения 20.06.2023).

## 8.4 Интернет-ресурсы

Официальные сайты профессиональных сообществ в сфере связей с общественностью и рекламы:

1. <http://www.raso.ru>

2. <http://www.sovetrekлама.org>

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

**Русскоязычные ресурсы**

- *Электронные учебники* электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- *Электронные учебники* электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- *Научно-практические статьи по финансам и менеджменту* Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- *Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам* «Ист - Вью»
- *Энциклопедии, словари, справочники* «Рубрикон»
- *Полные тексты диссертаций и авторефератов* Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- *Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.*

**Англоязычные ресурсы**

- *EBSCO Publishing* - доступ к мультимедийным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.
- *Emerald*- крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.  
Технические средства обучения*

**Таблица 9**

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.

2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.