

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий
Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий

Рахимов А.А.
« 27 » 01 2026 г.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

«Технологии управления общественным мнением»

Направление подготовки – **42.03.01 «Журналистика»**

Программа подготовки – **«Реклама и связи с общественностью»**

Форма подготовки – **очная**

Уровень подготовки – **бакалавриат**

3 курс

Душанбе - 2026 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «Технологии управления общественным мнением»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы*	Формируемые компетенции*	Индикаторы достижения компетенции*	Оценочные средства*	
				Количество тестовых вопросов к экзамену	Другие оценочные средства Вид
1.	Тема 1. Общественное мнение как социально-политический феномен	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом</p> <p>ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат</p>	18	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
2.	Тема 2. Теории и модели формирования общественного мнения	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;</p> <p>ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;</p> <p>ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.</p>	20	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия

3.	Тема 3. Акторы управления общественным мнением	ПК-1 Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	18	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
4.	Тема 4. СМИ и цифровая среда как инструменты влияния	ПК-2 Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды. ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований. ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.	20	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
5.	Тема 5. PR и политические технологии управления общественным мнением	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.	18	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
6.	Тема 6. Манипулятивные и неманипулятивные технологии	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает	20	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия

		образования в течение всей жизни	намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.		
7.	Тема 7. . Социологические исследования общественного мнения	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.	18	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
8.	Тема 8. Риски, ответственность и будущее управления общественным мнением	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.	18	Рабочая тетрадь Презентация Дискуссия
Всего:				150	

¹ Наименования разделов, тем, модулей соответствуют рабочей программе дисциплины.

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Тематика конспектов Темы для письменного анализа, отзыва, комментариев
2.	Дискуссия	Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения дискуссии
3.	Презентация	Оценочное средство, позволяющее оценить умение обучающихся анализировать, работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации

Рабочая тетрадь

по дисциплине «Технологии управления общественным мнением»

Тематика:

Тема 1. Понятие и сущность общественного мнения. Законспектировать тему, указав, что общественное мнение представляет собой совокупность взглядов, оценок и установок общества или его групп по актуальным вопросам. Рассмотреть функции общественного мнения: информативную, регулирующую, мобилизующую и контролирующую. Проанализировать роль общественного мнения в политике, СМИ и социальной жизни. Источник: Волкова Л. П. Общественное мнение и средства массовой информации. М.: Академический проект, 2018. – 288 с. – исследование структуры и функций общественного мнения.

Тема 2. История и эволюция технологий управления общественным мнением. Законспектировать тему, указав, что технологии управления общественным мнением развивались от пропагандистских методов до современных цифровых инструментов воздействия. Проанализировать ключевые этапы, включая использование печатных СМИ, радио, телевидения и социальных сетей. Источник: Иванов С. В. Технологии управления общественным мнением. СПб.: Питер, 2020. – 304 с. – обзор исторических и современных методов воздействия.

Тема 3. Структура и элементы общественного мнения. Законспектировать тему, раскрывая составные элементы общественного мнения: установки, ценности, убеждения и мнения. Проанализировать их взаимосвязь и влияние на поведение индивидов и социальных групп. Источник: Козлов А. А. Общественное мнение: теория и практика исследования. М.: Юрайт, 2019. – 256 с. – анализ структуры общественного мнения и методов исследования.

Тема 4. Механизмы формирования общественного мнения. Законспектировать тему, указав, что формирование общественного мнения осуществляется через СМИ, лидеров мнений, группы давления и коммуникационные кампании. Проанализировать влияние информационных потоков, медиаэффектов и психологических факторов. Источник: Соловьев А. И. Политическая коммуникация. М.: Аспект Пресс, 2019. – 320 с. – анализ механизмов формирования и влияния на общественное мнение.

Тема 5. Роль СМИ в управлении общественным мнением. Законспектировать тему, указав, что СМИ выполняют функции информирования, интерпретации и оценки событий, оказывая влияние на массовое сознание. Проанализировать методы подачи информации и их воздействие на аудиторию. Источник: Михайлов В. Г. Массовые коммуникации и общественное мнение. М.: Наука, 2017. – 288 с. – исследование роли медиа в формировании общественного мнения.

Тема 6. Лидеры мнений и инфлюенсеры. Законспектировать тему, указав, что лидеры мнений являются субъектами, способными влиять на установки и поведение аудитории. Рассмотреть современные инфлюенсерские технологии, их роль в социальных сетях и цифровых медиа. Источник: Петров А. Н. Влияние лидеров мнений на аудиторию. СПб.: Питер, 2020. – 224 с. – анализ механизмов воздействия через лидеров мнений.

Тема 7. Публичные кампании и PR-технологии. Законспектировать тему, указав, что публичные кампании используют комплекс методов PR для продвижения идей, событий или политических субъектов. Проанализировать роль стратегического планирования, коммуникационных каналов и медиаконтента. Источник: Сидоров К. Ю. PR и коммуникации в общественной деятельности. М.: Юрайт, 2018. – 256 с. – обзор технологий организации кампаний и PR-стратегий.

Тема 8. Социальные сети как инструмент управления общественным мнением. Законспектировать тему, указав, что социальные сети обеспечивают прямой контакт с аудиторией, возможности таргетинга и мониторинга мнений. Проанализировать алгоритмы распространения информации и их влияние на массовое сознание. Источник: Лебедев И. В. Социальные сети и цифровое управление мнениями. М.: Академический проект, 2021. – 200 с. – исследование цифровых технологий формирования общественного мнения.

Тема 9. Манипуляции и пропаганда. Законспектировать тему, указав, что манипуляции и пропаганда используют психологические, информационные и медийные методы для изменения взглядов и поведения. Проанализировать типовые приемы и механизмы воздействия.

Источник: Захаров П. А. Пропаганда и манипуляции в современном обществе. СПб.: Питер, 2019. – 288 с. – анализ приемов информационного воздействия.

Тема 10. Исследование общественного мнения. Законспектировать тему, указав, что методы исследования включают опросы, фокус-группы, мониторинг СМИ и социальных сетей. Проанализировать методологические подходы и способы интерпретации данных. Источник: Волкова Л. П., Козлов А. А. Методы изучения общественного мнения. М.: Юрайт, 2020. – 240 с. – обзор методов анализа и интерпретации мнений.

Тема 11. Технологии воздействия на аудиторию. Законспектировать тему, указав, что воздействие на аудиторию может быть прямым и косвенным, эмоциональным, когнитивным и поведенческим. Проанализировать механизмы изменения установок и поведения.

Источник: Иванов С. В. Технологии управления общественным мнением. СПб.: Питер, 2020. – 304 с. – исследование методов воздействия на массовое сознание.

Тема 12. Этические аспекты управления общественным мнением. Законспектировать тему, указав, что влияние на общественное мнение должно учитывать границы допустимого, профессиональные и социальные нормы. Проанализировать этические риски и последствия манипуляций. Источник: Петров А. Н. Этические стандарты в коммуникациях. М.: Юрайт, 2018. – 216 с. – исследование этических аспектов управления мнениями.

Тема 13. Правовое регулирование технологий воздействия на общественное мнение. Законспектировать тему, указав, что законодательство ограничивает пропаганду, рекламу и распространение дезинформации. Проанализировать правовые нормы, регулирующие информационное пространство.

Источник: Козлов А. А. Правовое регулирование СМИ и общественного мнения. М.: Наука, 2019. – 256 с. – обзор законодательных ограничений и практики регулирования.

Тема 14. Кризисные коммуникации и управление общественным мнением в экстремальных ситуациях. Законспектировать тему, указав, что кризисные коммуникации требуют скорого реагирования, корректного информирования и контроля общественных реакций. Проанализировать стратегии работы в условиях кризиса, скандала или чрезвычайной ситуации.

Источник: Михайлов В. Г. Кризисные коммуникации: теория и практика. М.: Наука, 2020. – 288 с. – анализ методов работы с общественным мнением в кризисных ситуациях.

Тема 15. Будущее технологий управления общественным мнением. Законспектировать тему, указав, что будущее связано с развитием ИИ, больших данных, цифровой аналитики и автоматизации мониторинга. Проанализировать перспективы цифрового управления мнениями и его влияние на политику, СМИ и общество. Источник: Лебедев И. В. Цифровая трансформация общественного мнения. М.: Академический проект, 2021. – 200 с. – прогноз развития технологий управления мнениями.

Характеристика задания:

- Конспект представляет собой последовательную запись содержания книги, лекции, других видов работ, преимущественно научных, чью основу составляют тезисы, выписки, цитаты.
- Анализ, согласно различным толковым словарям, – это метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа темы следует внимательно изучить текст, постичь и изложить главную мысль, идею, основные положения, сделать и изложить выводы.
- Комментарий – это «рассуждение, пояснительные замечания по поводу чего-нибудь» («Толковый словарь Ушакова»). Выполнение задания подразумевает краткое изложение своего мнения, своих замечаний, мыслей, рассуждений относительно прочитанного и проанализированного текста.
- Глоссарий – этот вид работы подразумевает подбор и систематизацию терминов. Оформляется письменно, включает названия и значения терминов и понятий (чаще всего в алфавитном порядке)
- Тестовые задания – Этот вид работы способствует закреплению изученной информации путем ее конкретизации. Студент должен составить как сами тесты, так и эталоны ответов к ним. Количество тестов можно определить или давать произвольно. Контроль качества тестов производится на практических занятиях, либо в письменном виде.

Критерии оценки:

- оценка **«отлично»** выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы,
- оценка **«хорошо»** ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.
- оценка **«удовлетворительно»** ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций.;
- оценка **«неудовлетворительно»** присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Оформление тем для дискуссии
МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики
Перечень тем для дискуссий
по дисциплине «Технологии управления общественным мнением»

Тема 1. Общественное мнение как инструмент политического воздействия.

Проанализируйте, насколько общественное мнение является самостоятельным фактором в политике или инструментом влияния со стороны властей и СМИ. Приведите аргументы «за» и «против».

Тема 2. Роль СМИ в формировании общественного мнения.

Обсудите, выступают ли СМИ объективным источником информации или главным инструментом манипуляции. Приведите примеры из современных российских СМИ.

Тема 3. Социальные сети и цифровые технологии.

Проанализируйте, в какой степени социальные сети способствуют независимому формированию мнений и в какой — манипулированию аудиторией.

Тема 4. Лидеры мнений и инфлюенсеры.

Обсудите, являются ли лидеры мнений отражением общественного мнения или инструментом его управления.

Тема 5. Манипуляции и пропаганда в информационном пространстве.

Проанализируйте, где проходит граница между убеждением и манипуляцией, приведите примеры «легальной» и «нелегальной» пропаганды.

Тема 6. Этические аспекты воздействия на общественное мнение.

Обсудите, допустимо ли использование манипуляций в политических и социальных кампаниях ради «высшей цели», или такие методы всегда этически неприемлемы.

Тема 7. Кризисные коммуникации.

Проанализируйте, насколько кризисные коммуникации служат информированию общества или инструментом контроля и управления массовым сознанием.

Тема 8. Цифровая аналитика и большие данные.

Обсудите, насколько использование данных о поведении аудитории позволяет создавать «намеренно управляемое» общественное мнение, или это только способ лучше понимать предпочтения граждан.

Тема 9. Политическая реклама и управление мнениями.

Проанализируйте, является ли политическая реклама информированием избирателей или инструментом манипуляции массовым сознанием.

Тема 10. Эмоции в формировании общественного мнения.

Обсудите, насколько эмоциональное воздействие эффективно и оправдано в коммуникациях с аудиторией. Приведите примеры из медиaprостранства.

Тема 11. Закон и регулирование информационного воздействия.

Проанализируйте, ограничивает ли законодательство манипуляции общественным мнением или скорее формирует правила игры для политических и медийных игроков.

Тема 12. Роль образования и культуры в формировании критического мышления.

Обсудите, может ли образование служить защитой от манипуляций и формировать независимое общественное мнение.

Тема 13. Публичные кампании и PR-технологии.

Обсудите, где проходит граница между продвижением идеи и манипулированием массовым сознанием.

Тема 14. Будущее технологий управления общественным мнением.

Проанализируйте, приведет ли развитие ИИ и цифровых платформ к большей свободе и прозрачности общественного мнения или к усилению контроля и манипуляций.

Тема 15. Глобализация и информационное пространство.

Обсудите, насколько глобальные медиапотoki влияют на формирование мнений внутри страны: расширяют ли возможности критического анализа или усиливают внешнее управление мнениями граждан.

Характеристика задания:

Выполнение задания требует предварительной подготовки – внимательного прочтения указанных выше произведений, их всестороннего изучения и анализа. Анализ, согласно различным толковым словарям, – это метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа следует внимательно изучить текст с точки зрения формы и содержания, постичь и во время дискуссии изложить главную мысль, идею, основные положения, выделить/определить стилистические особенности, охарактеризовать композицию, язык, сформулировать выводы.

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если задание выполнено на 60-80% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 35-50%;
- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, который не выполнил задание.

Оформление тем для презентаций
МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра международной и отечественной журналистики
Перечень тем для презентаций
по дисциплине «Технологии управления общественным мнением»

Тема 1. Эволюция журналистики: от печатных СМИ до цифровых платформ

Проанализировать, как трансформировались форматы и методы работы журналистов с развитием технологий.

Тема 2. Роль социальных сетей в современной журналистике

Рассмотреть влияние платформ типа VK, Telegram, TikTok, Instagram на формирование новостного контента и аудитории.

Тема 3. Журналистика и fake news: выявление и противодействие

Проанализировать механизмы распространения фейковых новостей и методы их опровержения.

Тема 4. Цифровые технологии в работе журналиста

Рассмотреть использование ИИ, аналитических инструментов и больших данных для подготовки материалов.

Тема 5. Журналистика данных (Data journalism)

Показать примеры визуализации и анализа больших данных для создания новостных историй.

Тема 6. Мобильная журналистика и live reporting

Проанализировать возможности и ограничения работы журналистов через мобильные устройства и прямые трансляции.

Тема 7. Этические стандарты современной журналистики

Обсудить проблемы соблюдения этики в эпоху цифровых медиа и мгновенного распространения информации.

Тема 8. Инфлюенсеры и журналистика

Рассмотреть влияние блогеров и лидеров мнений на новостной контент и общественное мнение.

Тема 9. Конвергенция медиа: объединение текстового, аудио и видеоконтента

Показать примеры мультимедийных проектов и их влияние на потребление новостей.

Тема 10. Журналистика в условиях политической цензуры и контроля

Проанализировать российскую практику регулирования СМИ и способы адаптации журналистов.

Тема 11. Гражданская журналистика (citizen journalism)

Рассмотреть влияние простых пользователей на формирование новостных повесток через соцсети и блоги.

Тема 12. Культура проверки фактов (fact-checking)

Показать современные практики верификации информации и борьбы с дезинформацией.

Тема 13. Подкасты и аудиожурналистика как новые форматы

Рассмотреть рост популярности аудиоформатов и их влияние на аудиторию.

Тема 14. Журналистика расследований: методы и кейсы

Анализ инструментов и подходов к расследовательской работе в современной России.

Тема 15. Мультимедийная инфографика и визуализация данных

Рассмотреть методы графического представления информации и их влияние на восприятие новостей.

Тема 16. Влияние алгоритмов соцсетей на новостные ленты

Проанализировать роль алгоритмов в формировании информационного поля и «пузырей фильтров».

Тема 17. Медиа и общественное мнение: современные кейсы

Показать, как журналистика влияет на восприятие актуальных событий в обществе.

Тема 18. Коммерциализация СМИ и её влияние на редакционную политику

Рассмотреть проблемы баланса между информационной миссией и экономическими интересами.

Тема 19. Журналистика и кризисные коммуникации

Анализ работы журналистов в чрезвычайных ситуациях и при освещении кризисных событий.

Тема 20. Работа с источниками информации: традиции и новые вызовы

Рассмотреть методы сбора информации в условиях цифровой среды.

Тема 21. Видеожурналистика: YouTube и стриминговые платформы

Показать современную практику видеопроизводства и форматы подачи новостей.

Тема 22. Международная журналистика и глобальные тренды

Проанализировать влияние глобальных событий и зарубежных медиа на российскую журналистику.

Тема 23. Автоматизация новостей: робожурналистика

Рассмотреть использование ИИ для генерации новостных материалов и аналитики.

Тема 24. Прямой эфир и live-форматы: возможности и риски

Обсудить интерактивность, оперативность и потенциальные ошибки при работе с live-контентом.

Тема 25. Будущее журналистики: цифровизация, ИИ и новые профессии

Проанализировать перспективы развития профессии журналиста, новые роли и требования к компетенциям.

Характеристика задания:

Структура презентации - количество слайдов должны соответствовать содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами;

Наглядность - иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.);

Дизайн и настройка - оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления;

Содержание - презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность;

Требования к выступлению - выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – точно укладывается в рамки регламента (7 – 10 минут)

Критерии оценки:

- оценка «**отлично**» выставляется студенту, если задание полностью выполнено и оформлено в соответствии с требованиями;
- оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если задание на 70% – не полностью соответствует указанным требованиям, требует доработки;
- оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если задание выполнено лишь частично, на 20-30%;
- оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, который не выполнил задание.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ И КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ)

1. Дайте определение общественного мнения.
2. Перечислите функции общественного мнения.
3. В чем разница между общественным мнением и массовым сознанием?
4. Какие основные элементы структуры общественного мнения?
5. Что такое лидеры мнений и какую роль они играют в обществе?
6. Определите понятие «цифровая журналистика» и ее значение в формировании мнений.
7. Чем отличается манипуляция общественным мнением от убеждения?
8. Назовите основные методы исследования общественного мнения.
9. В чем заключается роль СМИ в формировании общественного мнения?
10. Как социальные сети влияют на массовое сознание?
11. Что такое информационная пропаганда и как она используется?
12. Перечислите типы кризисных коммуникаций.
13. Как ИИ и большие данные используются для анализа общественного мнения?
14. Определите понятие «PR-кампания» и приведите пример в политике.
15. Чем отличается негативная политическая реклама от сравнительной?
16. Какова этическая граница воздействия на аудиторию?
17. В чем заключается правовое регулирование политической рекламы в РФ?
18. Какие функции выполняют мультимедийные платформы в распространении информации?
19. Что такое фактчекинг и почему он важен?
20. Назовите основные тенденции развития современных технологий управления общественным мнением.
21. Проанализируйте влияние конкретного СМИ на общественное мнение по выбранной теме.
22. Оцените эффективность социальной сети как инструмента формирования мнений.
23. Сравните методы исследования общественного мнения: опросы и мониторинг соцсетей.
24. Проанализируйте кейс кризисной коммуникации и определите, какие методы были использованы.
25. Оцените роль лидеров мнений в продвижении конкретной идеи или продукта.
26. Сравните прямое и косвенное воздействие на аудиторию с точки зрения эффективности.
27. Проанализируйте конкретный пример негативной политической рекламы.
28. Сравните влияние традиционных СМИ и цифровых платформ на формирование массового сознания.
29. Проанализируйте пример PR-кампании в социальной сфере и оцените ее результативность.
30. Оцените использование визуальных инструментов (инфографика, видео) для воздействия на аудиторию.
31. Сравните роль эмоций и рациональных аргументов в коммуникационных кампаниях.
32. Проанализируйте кейс манипуляции общественным мнением в интернете.
33. Оцените, насколько современные технологии делают общественное мнение более контролируемым.
34. Проанализируйте правовые ограничения на политическую рекламу и их практическое применение.
35. Сравните эффективность различных каналов распространения информации (телевидение, радио, соцсети).
36. Разработайте анкету для мини-опроса общественного мнения.
37. Определите целевую аудиторию для PR-кампании на выбранную тему.
38. Проанализируйте конкретный пост в соцсети на предмет манипуляции.
39. Создайте краткий план кризисной коммуникации для вымышленной организации.
40. Разработайте пример визуальной инфографики для донесения ключевой информации.

41. Составьте список источников информации для анализа общественного мнения по актуальной теме.
42. Оцените, как можно изменить коммуникационную стратегию кампании, чтобы повысить доверие аудитории.
43. Разработайте пример социального поста для формирования положительного отношения к инициативе.
44. Проанализируйте влияние алгоритмов соцсетей на распространение информации.
45. Составьте сравнительную таблицу методов воздействия на аудиторию и их эффективности.
46. Разработайте мини-PR-план для вымышленного события или социальной акции.
47. Составьте пример сценария медийной кампании с использованием разных каналов коммуникации.
48. Проанализируйте конкретный случай «фейковой новости» и предложите методы противодействия.
49. Разработайте методику мониторинга реакции аудитории на информационную кампанию.
50. Создайте краткий план подготовки материала для цифровой платформы с учетом этических норм.

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Дайте определение общественного мнения и его роли в обществе.
2. Перечислите основные функции общественного мнения.
3. В чем заключается отличие общественного мнения от массового сознания?
4. Определите понятие «лидер мнений».
5. Какие элементы входят в структуру общественного мнения?
6. Что такое манипуляция общественным мнением?
7. В чем разница между пропагандой и PR?
8. Определите понятие «политическая реклама» и ее функции.
9. Какие методы исследования общественного мнения являются классическими?
10. Какова роль СМИ в формировании общественного мнения?
11. В чем заключается влияние социальных сетей на массовое сознание?
12. Перечислите основные типы политической рекламы.
13. Какие задачи решают кризисные коммуникации?
14. В чем заключается этическая проблема воздействия на аудиторию?
15. Что такое фактчекинг и зачем он нужен?
16. Определите понятие «журналистика данных» и ее роль в анализе общественного мнения.
17. Какие современные цифровые технологии применяются для изучения общественного мнения?
18. В чем заключается правовое регулирование политической рекламы в РФ?
19. Каковы отличия прямого и косвенного воздействия на аудиторию?
20. Определите основные принципы построения информационной кампании.
21. Проанализируйте влияние конкретного СМИ на формирование общественного мнения.
22. Оцените роль лидеров мнений в продвижении политической или социальной идеи.
23. Сравните влияние телевидения и социальных сетей на массовое сознание.
24. Проанализируйте конкретный пример негативной политической рекламы.
25. Оцените использование эмоциональных и рациональных аргументов в кампании.
26. Сравните методы исследования общественного мнения: опросы и мониторинг социальных сетей.
27. Проанализируйте эффективность кризисной коммуникации в конкретном кейсе.
28. Сравните прямое и косвенное воздействие на аудиторию.
29. Проанализируйте влияние визуальных средств (инфографика, видео) на аудиторию.
30. Оцените использование алгоритмов соцсетей для распространения информации.
31. Проанализируйте кейс использования социальных сетей в политической кампании.
32. Сравните примеры PR-кампаний, ориентированных на разные возрастные группы.
33. Оцените эффективность мультимедийного контента в информационной кампании.
34. Проанализируйте влияние ИИ и больших данных на мониторинг общественного мнения.
35. Оцените правомерность и этичность конкретного кейса информационной кампании.
36. Проанализируйте реакцию аудитории на примеры «фейковых новостей».
37. Сравните методы влияния на аудиторию в цифровых и традиционных СМИ.
38. Оцените эффективность онлайн-опросов по сравнению с офлайн-методами.
39. Проанализируйте использование лидеров мнений для продвижения социальной инициативы.
40. Сравните способы формирования общественного мнения в России и за рубежом.
41. Разработайте анкету для мини-опроса общественного мнения.

42. Составьте план PR-кампании для вымышленного события.
43. Проанализируйте конкретный пост в соцсети на предмет манипуляции.
44. Разработайте мини-сценарий кризисной коммуникации для организации.
45. Составьте сравнительную таблицу методов воздействия на аудиторию.
46. Создайте пример визуальной инфографики для донесения информации.
47. Разработайте социальный пост для формирования положительного отношения к инициативе.
48. Проанализируйте влияние алгоритмов соцсетей на распространение новостей.
49. Составьте список источников информации для анализа общественного мнения по теме.
50. Разработайте пример стратегии воздействия на целевую аудиторию.
51. Создайте план публикаций для цифровой платформы с учетом этических норм.
52. Проведите мини-анализ реакции аудитории на информационную кампанию.
53. Разработайте рекомендации по повышению доверия к информационной кампании.
54. Проанализируйте кейс политической рекламы и предложите корректировки.
55. Составьте таблицу сильных и слабых сторон конкретной PR-кампании.
56. Разработайте план мониторинга общественного мнения по актуальной теме.
57. Создайте сценарий мультимедийного контента для продвижения информации.
58. Проанализируйте стратегию воздействия на аудиторию в кризисной ситуации.
59. Разработайте мини-план борьбы с фейковыми новостями в соцсетях.
60. Составьте краткий медиаплан для вымышленного проекта, учитывая разные каналы коммуникации.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ИТОГОВЫХ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ)

1. Дайте определение политической рекламы.
2. Назовите основные функции политической рекламы.
3. Чем политическая реклама отличается от пропаганды и политического PR?
4. Каково место политической рекламы в системе политической коммуникации?
5. Какие виды политической рекламы вы знаете?
6. Объясните роль имиджа кандидата в политической рекламе.
7. Какие медиаканалы используются в политической рекламе?
8. В чем особенности телевизионной политической рекламы?
9. Какова роль социальных сетей в политической рекламе?
10. Что такое таргетинг и микротаргетинг в политической рекламе?
11. Какие данные используются для персонализации политической рекламы?
12. Что такое негативная политическая реклама и какие у неё основные приемы?
13. В чем отличие негативной рекламы от сравнительной?
14. Как эмоции используются в политической рекламе?
15. Какие этические проблемы характерны для политической рекламы?
16. Какова роль профессиональной этики в деятельности политических консультантов?
17. Кто несет ответственность за содержание политической рекламы?
18. Какие нормы регулируют политическую рекламу в РФ?
19. В чем соотношение свободы слова и правового регулирования политической рекламы?
20. Как оценить эффективность политической рекламы?
21. Какие методы используются для анализа воздействия рекламы на избирателей?
22. В чем заключается влияние визуальных символов и слоганов на аудиторию?
23. Какие факторы влияют на электоральное поведение избирателей?
24. Как сегментируются целевые аудитории в политической рекламе?
25. Чем отличается работа с ядром сторонников и с колеблющимися избирателями?
26. В чем заключается роль СМИ в распространении политической рекламы?
27. Как лидеры мнений и инфлюенсеры влияют на политическую рекламу?
28. Какие риски связаны с цифровизацией политической рекламы?
29. Как использование ИИ и больших данных меняет политику рекламы?
30. Какие тенденции определяют будущее политической рекламы?
31. Как мемы и юмор используются в политической рекламе?
32. В чем проявляется манипулятивный характер политической рекламы?
33. Проанализируйте рекламный ролик кандидата с точки зрения целевой аудитории.
34. Определите, какой медиаканал был использован в конкретной кампании, и оцените его эффективность.
35. Выявите элементы негативной рекламы в примере из выборов.
36. Оцените, насколько эмоциональная составляющая рекламы влияет на аудиторию.
37. Определите, каким образом используется слоган для формирования имиджа кандидата.
38. Сравните два рекламных объявления по их стратегическому воздействию.
39. Проанализируйте использование визуальных символов в политической рекламе.
40. Определите целевую аудиторию для конкретной кампании.
41. Проанализируйте рекламное сообщение на предмет этичности.
42. Составьте SWOT-анализ конкретной политической рекламной кампании.
43. Определите признаки манипуляции в политической рекламе.
44. Проанализируйте рекламное сообщение на соответствие законодательству РФ.
45. Определите, как реклама влияет на электоральное поведение молодежи.

46. Оцените эффективность использования социальных сетей в конкретной кампании.
47. Проанализируйте использование инфлюенсеров в политической рекламе.
48. Определите, какие элементы рекламы направлены на колеблющихся избирателей.
49. Проанализируйте сравнительную рекламу и оцените её влияние на аудиторию.
50. Оцените, насколько реклама способствует росту доверия к кандидату.
51. Проанализируйте конкретную кампанию с точки зрения негативной рекламы.
52. Определите, какие данные использовались для таргетинга.
53. Проанализируйте влияние цифровых алгоритмов на распространение рекламы.
54. Оцените эффективность использования мемов в рекламной кампании.
55. Проанализируйте рекламное сообщение на предмет манипуляции страхом.
56. Определите, какие элементы рекламы направлены на формирование идентичности аудитории.
57. Проанализируйте конкретный кейс с точки зрения PR-стратегии.
58. Оцените использование мультимедийных форматов в рекламе.
59. Определите сильные и слабые стороны рекламной кампании кандидата.
60. Проанализируйте, как визуальные и вербальные средства создают образ кандидата.
61. Оцените последствия распространения дезинформации в рекламной кампании.
62. Проанализируйте, насколько реклама соответствует этическим стандартам.
63. Определите, какие элементы рекламы ориентированы на эмоциональное воздействие.
64. Проанализируйте выбор медиаканала для конкретной аудитории.
65. Составьте план рекламной кампании для вымышленного кандидата.
66. Разработайте слоган для политической рекламы.
67. Нарисуйте концепцию визуального образа кандидата.
68. Составьте таблицу с преимуществами и недостатками медиаканалов.
69. Разработайте стратегию воздействия на молодёжную аудиторию.
70. Составьте план сегментации аудитории для выборов.
71. Создайте схему этапов разработки рекламной кампании.
72. Оцените эффективность рекламного сообщения по шкале воздействия.
73. Составьте таблицу сравнительной рекламы конкурентов.
74. Разработайте пример социального поста для политической кампании.
75. Нарисуйте инфографику, показывающую влияние рекламы на электоральное поведение.
76. Разработайте пример негативной рекламы и объясните её стратегию.
77. Составьте план оценки эффективности кампании.
78. Разработайте мини-кейс с использованием мемов и юмора.
79. Составьте матрицу SWOT для конкретной рекламной кампании.
80. Разработайте план таргетированной рекламы в социальных сетях.
81. Оцените этичность вымышленной рекламной кампании и предложите улучшения.
82. Составьте сравнительную таблицу рекламных стратегий двух кандидатов.
83. Разработайте пример видеоролика с политическим посланием.
84. Составьте алгоритм выбора медиаканала для целевой аудитории.
85. Создайте сценарий рекламного поста для Instagram или TikTok.
86. Проанализируйте рекламное сообщение и предложите способы повышения доверия.
87. Разработайте пример визуальной символики для кампании.
88. Составьте план мониторинга эффективности рекламной кампании.
89. Разработайте мини-кейс по использованию инфлюенсеров.
90. Создайте макет рекламного плаката для выборов.
91. Разработайте стратегию цифровой кампании с использованием ИИ.
92. Составьте таблицу рисков при использовании негативной рекламы.
93. Разработайте план борьбы с фейками в рекламной кампании.

94. Составьте матрицу воздействия эмоций на аудиторию.

95. Разработайте мини-проект рекламной кампании с оценкой эффективности.

Составитель _____ Салихов Н.Н.

«_____» _____ 2026 г.