Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 15:16:02
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742f9ffe1b8b6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«_26_» _февраля_ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВЫЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНЫЙ ИНЖИНИРИНГ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профиль
Мультимедийная журналистика и цифровое продюсирование

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик:

К.полит.н.  /С.Р. Мухамадуллин/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.ф.н., доцент  /Л.Г. Толчинский/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Структура и содержание дисциплины 5
   3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
   3.2 Тематический план изучения дисциплины 5
   3.3 Содержание дисциплины 6
   3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 8
   3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 8
   4.1 Нормативные документы и ГОСТы 8
   4.2 Основная литература 8
   4.3 Дополнительная литература 9
   4.4 Электронные образовательные ресурсы 9
   4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 9
   4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 9
5. Материально-техническое обеспечение 9
6. Методические рекомендации 9
   6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 9
   6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10
7. Фонд оценочных средств 11
   7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 11
   7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 11
   7.3 Оценочные средства 12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Цифровые медиатехнологии и социальный инжиниринг» – сформировать у обучающихся целостную систему знаний о современных цифровых медиатехнологиях и их роли как инструментов социального инжиниринга, а также практических навыков их применения в профессиональной журналистской деятельности. Дисциплина ориентирована на освоение студентами технологий создания и распространения мультимедийного контента в цифровой среде, понимание механизмов влияния киберсреды на поведенческие установки аудитории и выработку навыков критического анализа медиапродуктов с точки зрения их социально-инженерного потенциала.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- сформировать представление о цифровых медиатехнологиях как системе инструментов производства, обработки и дистрибуции контента в условиях цифровой трансформации медиаиндустрии;
- освоить понятийный аппарат дисциплины (цифровые платформы, мультимедийный контент, конвергенция, дигитализация, сквозные технологии, социальный инжиниринг, управление общественным мнением, поведенческие установки);
- изучить базовые технологии социальной инженерии, применяемые в медиасфере, и их эволюцию на протяжении последнего столетия;
- выработать практические навыки создания мультиформатных медиаматериалов на основе принципов каскадного построения контента с учётом психологических особенностей целевой аудитории;
- сформировать умение анализировать медиапродукты различной сложности, выявляя в них инструменты социального инжиниринга, и критически оценивать их воздействие на аудиторию;
- развить навыки моделирования социальных систем в медиасфере и проектирования развивающего медиаконтента, способствующего конструктивному взаимодействию с аудиторией.

Обучение по дисциплине «Цифровые медиатехнологии и социальный инжиниринг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ИОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ПК-1. Способен участвовать в планировании, разработке и коррекции концепции медиапроекта, его модели и формата	ИПК-1.1. Участвует в разработке концепции медиапроекта с учётом результатов анализа целевой аудитории и конкурентной среды

	ИПК-1.2. Применяет знание цифровых медиатехнологий и инструментов социального инжиниринга для создания и адаптации мультимедийного контента под различные цифровые платформы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Современные медиасистемы», «Основы медиакоммуникаций и цифрового продюсирования».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			8	-
	Аудиторные занятия		36	-
	В том числе:			-
1	Лекции		10	-
2	Семинарские/практические занятия		26	-
3	Лабораторные занятия		-	-
	Самостоятельная работа		72	-
	В том числе:			-
1	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений		46	-
2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		26	-
	Промежуточная аттестация			-
	Экзамен		-	-
	Итого		108	-

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№	Разделы/темы	Трудоемкость, час

п/п	дисциплины	Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Цифровые медиатехнологии: понятие, эволюция, конвергенция	20	2	4	-	-	14
2	Тема 2. Социальный инжиниринг как феномен цифровой эпохи	24	2	6	-	-	16
3	Тема 3. Мультимедийный контент: технологии создания и каскадное построение	24	2	6	-	-	16
4	Тема 4. Анализ и моделирование социальных систем в медиасфере	22	2	6	-	-	14
5	Тема 5. Управление восприятием и поведенческие установки: инструменты и этика	18	2	4	-	-	12
	Итого	**108**	**10**	**26**	**-**	**-**	**72**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Цифровые медиатехнологии: понятие, эволюция, конвергенция

Понятие цифровых медиатехнологий и их место в системе современных массовых коммуникаций. Эволюция медиатехнологий: от аналоговых к цифровым форматам передачи и обработки информации. Конвергенция как ключевой тренд развития медиаиндустрии: слияние технологических платформ, форматов контента и каналов распространения. Основные этапы цифровизации медиа: появление интернета, развитие социальных сетей, мобильных платформ, сервисов стриминга и подкастинга. Институциональные и технологические изменения в медиапроизводстве: автоматизация, искусственный интеллект, большие данные, облачные технологии. Трансформация модели потребления контента: от массовой аудитории к персонализированным рекомендациям и микротаргетингу. Цифровая экосистема медиа: взаимосвязь контентных платформ, агрегаторов, социальных сетей и мессенджеров. Влияние цифровых технологий на журналистскую профессию: новые роли (мультимедийный редактор, продюсер контента, Data-журналист) и компетенции. Цифровой разрыв и проблема цифровой грамотности аудитории. Тенденции развития цифровых медиа: иммерсивные форматы (VR/AR), искусственный интеллект в контент-мейкинге, блокчейн-технологии для защиты контента и авторских прав. Роль цифровых платформ в трансформации общественной коммуникации.

Тема 2. Социальный инжиниринг как феномен цифровой эпохи

Социальный инжиниринг: определение, сущность и исторические корни. Эволюция социального инжиниринга от классических методов пропаганды до современных сетевых стратегий. Социальный инжиниринг как технология управления сознанием и поведением через цифровые каналы коммуникации. Основные инструменты социального инжиниринга в медиа. Способы воздействия на массовое сознание: информационные волны, создание и управление повесткой дня, формирование «спирали умолчания». Социальная инженерия в контексте интернет-пространства: троллинг, боты, фейки, информационные вбросы, целевой спам. Механизмы создания и распространения дезинформации: дипфейки, манипулятивные видеомонтажи, синтезированный голос.

Психологические аспекты социального инжиниринга: принципы обработки информации, когнитивные искажения, эмоциональные триггеры. Роль социальных сетей и мессенджеров как основных платформ реализации социально-инженерных проектов. Социальный инжиниринг как вызов для современного медиапространства: угрозы информационной безопасности и пути противодействия.

Тема 3. Мультимедийный контент: технологии создания и каскадное построение

Понятие мультимедийного контента и его виды: текст, изображение, аудио, видео, интерактивные элементы. Принципы конвергенции форматов в едином медиапродукте. Мультимедийный сторителлинг: структура, драматургия, способы вовлечения аудитории. Этапы производства мультимедийного контента: идея, сбор информации, сценарий, съёмка/запись/написание, монтаж, постпродакшн, дистрибуция. Каскадное построение контента: стратегия вертикальной и горизонтальной адаптации для разных платформ. Принципы иерархического контента: от кратких форматов (посты, сторис, шортсы) к лонгридам, подкастам, репортажам. Инструменты создания мультимедийного контента: профессиональное ПО для видео- и аудиомонтажа, графические редакторы, платформы для интерактивных публикаций. Особенности работы с контентом для социальных сетей: форматы, хронометраж, визуальное оформление. Практика адаптации одного материала в несколько форматов. Измерение эффективности мультимедийного контента: метрики просмотров, дочитываемости, вовлечённости, репостов. Тренды в создании мультимедийного контента.

Тема 4. Анализ и моделирование социальных систем в медиасфере

Социальная система как объект медиааналитики: структура, элементы, динамика. Методы анализа социальных систем в медиа: сетевое моделирование, контент-анализ, семиотический анализ, дискурс-анализ. Цифровые следы и их интерпретация: сбор, обработка и визуализация данных о поведении аудитории. Социальные сети как репрезентация социальных систем: структура связей, ключевые акторы, информационные потоки. Методы выявления и измерения социального капитала, влиятельности и доверия в цифровых сообществах. Анализ информационных потоков и выявление центров влияния (лидеров мнений, инфлюенсеров). Моделирование распространения информации в социальных сетях: вирусные эффекты, каскадное распространение, пороговые модели. Прогнозирование динамики общественного мнения на основе медиаданных. Инструментарий анализа социальных систем: системы мониторинга СМИ и соцсетей («Медиалогия», SCAN-Интерфакс, Brand Analytics). Применение методов искусственного интеллекта для анализа социальных систем: распознавание эмоциональной окраски, кластеризация аудитории, выявление скрытых паттернов. Этика и ответственность при работе с социальными данными: защита приватности, минимизация рисков интерпретации. Практические кейсы анализа конкретных медиаситуаций.

Тема 5. Управление восприятием и поведенческие установки: инструменты и этика

Восприятие как психологический процесс: этапы, факторы влияния. Поведенческие установки: природа, типы, методы формирования и изменения. Инструменты управления восприятием в медиа: выбор ракурса, тональности, эмоциональной подачи, использование визуальных и звуковых кодов. Приёмы кадрирования, монтажа, озвучивания, создающие нужный эффект. Поведенческий дизайн в цифровых медиа: пользовательские сценарии, навигация, вовлекающие элементы, удержание внимания. Нейромаркетинговые подходы в создании медиаконтента: выявление триггеров и «болевых точек» аудитории. Этические границы управления восприятием: проблема манипуляции, субъективности, ответственности за последствия. Принципы этичного социального инжиниринга: направленность на развитие аудитории, конструктивное взаимодействие, прозрачность целей. Профессиональные кодексы и регулирование поведенческого воздействия в цифровой среде. Конфликт интересов в работе журналиста: когда управление

восприятием переходит в манипуляцию. Практика создания контента, направленного на позитивные социальные изменения (социальная реклама, просветительские проекты). Анализ кейсов из российской и зарубежной медиапрактики, где применялись техники управления восприятием. Проектирование собственного мультимедийного продукта с учётом этических принципов и социальной ответственности.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

1. Цифровые медиатехнологии: анализ трансформации медиаотрасли и конвергентных процессов (кейс-метод)
2. Социальный инжиниринг: инструменты, технологии и механизмы воздействия в цифровой среде (разбор кейсов из российской и зарубежной практики)
3. Создание мультимедийного контента: от идеи до монтажа (практикум по работе с видео-, аудио- и графическими редакторами)
4. Каскадное построение контента: адаптация одного материала для разных цифровых платформ (практическое задание)
5. Анализ и моделирование социальных систем в медиа: работа с инструментами мониторинга и сетевого анализа (лабораторный практикум)
6. Управление восприятием и поведенческие установки: проектирование этичного медиапродукта и защита групповых проектов (ролевая игра, презентация)

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 31.07.2025) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ [Режим доступа - свободный]

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ [Режим доступа - свободный]

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Вартанова, Е. Л. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие / под ред. О. В. Смирновой. - 2-е изд., дораб. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2025. - 258 с. - ISBN 978-5-7567-1396-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2244040 (дата обращения: 18.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

Ершов, Ю. М. Основы журналистики и цифровых медиа : учебник / Ю. М. Ершов. — Москва : КноРус, 2026. — 330 с. — ISBN 978-5-406-16497-6. — URL: https://book.ru/book/963186 (дата обращения: 18.06.2026). — Текст : электронный.

Мультимедийная журналистика [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа эконо мики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — 413, [3] с. — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-1189-3 (в пер.). — ISBN 978-5-7598-1663-8 (e-book).

4.3 Дополнительная литература

Связи с общественностью как социальная инженерия : Учебник / В. А. Ачкасова, Л. В. Володина, М. Л. Бабочиева [и др.]. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2018. – 351 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-08767-3

Гладуэлл, М. Новый переломный момент: Социальная инженерия, информационные эпидемии и режиссирование глобальных процессов / Малкольм Гладуэлл ; пер. с англ. [название пер.]. — Москва : Альпина Паблишер, 2025. — 374 с. — ISBN 978-5-0063-0317-1. – URL: https://books.yandex.ru/books/vnxDEZzf?ysclid=mqp46905em106616552 (дата обращения: 15.05.2026). — Текст : электронный.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Сайт Союза журналистов России : нормативные документы, этические кодексы, профессиональные стандарты. – URL: https://ruj.ru/ (дата обращения: 22.06.2026).

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Законодательная база, нормативно-правовое обеспечение, статьи. http://pravo.gov.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
4. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online» https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub
6. Российский книжный союз https://bookunion.ru/
7. Гильдия издателей периодической печати (ГИПП) www.gipp.ru

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Дисциплина «Цифровые медиатехнологии и социальный инжиниринг» является дисциплиной профессионального цикла и обеспечивает формирование компетентности обучающегося в тесной связи с важнейшими дисциплинами профиля и дисциплинами

профессионального цикла в целом. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Цифровые медиатехнологии и социальный инжиниринг».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и учебного плана по направлению 42.03.02 Журналистика. Лекции по дисциплине читаются с учетом предварительного формирования предусмотренных ОП компетенций. Перечень основной и дополнительной литературы приведен в п. 4 настоящей рабочей программы.

Поощряется подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны быть поняты студентами и излагаются на первом практическом занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке. Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются: выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса; объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения; активное участие слушателей в учебном процессе; приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям. Используемые методы преподавания при проведении практических занятий: лекционные занятия с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов, метод «мозгового штурма», ролевые игры, тренинги, индивидуальные и групповые задания, анализ конкретных ситуаций (кейс-метод).

При проведении практических занятий рекомендуется широко использовать анализ цифровых медиапродуктов и социально-инженерных кампаний из российской и зарубежной медиапрактики, организовывать ролевые игры, моделирующие управление восприятием аудитории, проводить практикумы по каскадному построению контента и работе с инструментами медиааналитики. Особое внимание следует уделять этическим аспектам применения социального инжиниринга, разбирая спорные ситуации и формируя у студентов ответственное отношение к профессиональной деятельности.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, доклада, презентации в мультимедийном формате по теме курса, а также практическая отработка навыков создания мультимедийного контента и анализа социально-инженерных технологий.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Рекомендуется работа с первоисточниками. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 10 слайдов. В каждом слайде должен быть текст

и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий.

Особое внимание в самостоятельной работе студентов должно быть уделено практической отработке навыков создания мультимедийного контента для различных цифровых платформ. Рекомендуется выполнять упражнения по каскадному построению контента (адаптация одного материала под разные форматы), анализировать социально-инженерные приёмы в реальных медиапродуктах, вести портфолио выполненных проектов. Полезно участвовать в групповых проектах по моделированию социальных систем и проектированию этичных медиапродуктов.

Студентам рекомендуется регулярно знакомиться с актуальными цифровыми медиапроектами, обращать внимание на приёмы управления аудиторией, технологии создания вирусного контента, механизмы формирования повестки дня. Полезно анализировать не только успешные, но и провальные кейсы, выявляя причины коммуникативных неудач и этических нарушений.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: коллоквиум, контрольная работа, подготовка, представление и обсуждение докладов (рефератов) на практических занятиях.

Форма промежуточной аттестации – экзамен, который может проводиться как в письменном виде, так и в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают вопросы для коллоквиума, контрольной работы, тематику докладов, рефератов, сообщений для практических занятий, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По итогам экзамена и совокупности текущих достижений выставляется оценка по четырёхбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если обучающийся демонстрирует глубокое и системное знание всех разделов дисциплины; свободно ориентируется в понятийном аппарате; умеет самостоятельно анализировать и интерпретировать цифровые медиатехнологии и социально-инженерные процессы; приводит убедительные примеры из практики; владеет навыками создания мультимедийного контента и его каскадной адаптации; способен моделировать социальные системы и проектировать этичные медиапродукты; ответ на экзамене полный, логичный, аргументированный; активно участвовал в практических занятиях и выполнил все виды работ на высоком уровне.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если обучающийся демонстрирует твёрдое знание основных разделов; хорошо ориентируется в терминологии; умеет анализировать медиаситуации, но допускает незначительные неточности; навыки

создания контента и каскадного построения сформированы, однако есть мелкие затруднения при решении нестандартных задач; на экзамене даёт правильные, но не всегда развёрнутые ответы; выполнены все виды работ, возможны небольшие ошибки.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если обучающийся демонстрирует знание базового материала; отвечает на вопросы поверхностно, допускает ошибки в определении ключевых понятий и технологий; затрудняется в практическом применении знаний; навыки работы с мультимедийным контентом развиты слабо; на экзамене ответы неполные, требуют наводящих вопросов; часть учебных работ выполнена не в полном объёме или с существенными ошибками.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если обучающийся не усвоил основное содержание дисциплины; не знает понятийного аппарата; не может охарактеризовать цифровые медиатехнологии и социальный инжиниринг; не имеет практических навыков; на экзамене не отвечает на вопросы или допускает грубые ошибки; виды учебных работ не выполнены или выполнены крайне неудовлетворительно.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерные вопросы для коллоквиумов, собеседований

1. Цифровые медиатехнологии: определение, основные этапы развития.
2. Конвергенция в медиа: понятие, уровни, примеры.
3. Экономика внимания и её влияние на цифровые медиа.
4. Социальный инжиниринг: исторические корни и современные трактовки.
5. Инструменты социального инжиниринга в медиа: фрейминг, прайминг, нарративное проектирование.
6. Фейки, дипфейки и дезинформация как инструменты социального инжиниринга.
7. Психологические механизмы восприятия информации в цифровой среде.
8. Мультимедийный сторителлинг: структура и приёмы.
9. Каскадное построение контента: принципы и этапы.
10. Особенности работы с контентом для разных платформ (VK, Telegram, YouTube, TikTok).
11. Методы анализа социальных систем в медиа.
12. Социальные сети как объект сетевого анализа.
13. Модели распространения информации в цифровых сообществах.
14. Инструменты мониторинга СМИ и социальных медиа («Медиалогия», SCAN-Интерфакс, Brand Analytics).
15. Этические аспекты управления восприятием аудитории.
16. Профессиональные кодексы и регулирование поведенческого воздействия.
17. Поведенческий дизайн в цифровых медиа.
18. Нейромаркетинг и его применение в создании контента.
19. Предиктивная аналитика и Big Data в медиа.
20. Проектирование развивающего медиаконтента

Примерные вопросы для контрольной работы

1. Эволюция медиатехнологий: от аналоговых к цифровым.
2. Социальный инжиниринг как феномен цифровой эпохи.
3. Ключевые инструменты социального инжиниринга и их характеристика.
4. Технология создания мультимедийного контента: этапы и инструменты.
5. Каскадное построение контента: примеры адаптации.
6. Сравнительный анализ платформ для дистрибуции контента.

7. Методы анализа социальных систем: контент-анализ, семиотический анализ, дискурс-анализ.
8. Сетевой анализ и его применение в медиаисследованиях.
9. Инструменты мониторинга и аналитики социальных сетей.
10. Этика и ответственность при применении социального инжиниринга в журналистике.

Примерная тематика докладов, рефератов, сообщений

1. История развития цифровых медиа в России.
2. Влияние алгоритмов социальных платформ на распространение контента.
3. Социальный инжиниринг в политических кампаниях: зарубежный и российский опыт.
4. Дипфейки как вызов для журналистики.
5. Методы противодействия дезинформации в цифровых медиа.
6. Мультимедийный лонгрид: технологии создания и продвижения.
7. Интерактивные форматы в современной журналистике.
8. Роль лидеров мнений в управлении поведенческими установками.
9. Этические границы использования поведенческого дизайна.
10. Перспективы развития искусственного интеллекта в медиапроизводстве

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Цифровые медиатехнологии: определение, эволюция, современное состояние.
2. Конвергенция как ключевой тренд развития медиаиндустрии: понятие, уровни, примеры.
3. Цифровая экосистема медиа: платформы, агрегаторы, социальные сети, мессенджеры.
4. Влияние цифровых технологий на трансформацию журналистской профессии.
5. Экономика внимания и её роль в цифровых медиа.
6. Социальный инжиниринг: сущность, исторические корни, эволюция.
7. Инструменты социального инжиниринга: нарративное проектирование, фрейминг, прайминг.
8. Способы создания и распространения дезинформации: фейки, дипфейки, боты, троллинг.
9. Психологические принципы воздействия на аудиторию: когнитивные искажения, эмоциональные триггеры.
10. Социальные сети как основная площадка реализации социально-инженерных проектов.
11. Мультимедийный контент: виды, формы, технология создания.
12. Мультимедийный сторителлинг: структура, драматургия, вовлекающие элементы.
13. Каскадное построение контента: стратегия вертикальной и горизонтальной адаптации.
14. Принципы создания контента для различных цифровых платформ.
15. Инструменты создания мультимедийного контента: обзор профессионального ПО.
16. Социальная система как объект медиааналитики: структура, элементы, динамика.
17. Методы анализа социальных систем: сетевой анализ, контент-анализ, семиотический анализ, дискурс-анализ.
18. Цифровые следы и их интерпретация в медиаисследованиях.
19. Сетевой анализ социальных сообществ: выявление ключевых акторов, лидеров мнений.

20. Моделирование распространения информации в социальных сетях: вирусные эффекты, каскадные модели.
21. Инструменты мониторинга СМИ и социальных медиа («Медиалогия», SCAN-Интерфакс, Brand Analytics).
22. Применение искусственного интеллекта для анализа социальных систем.
23. Восприятие как психологический процесс: этапы, факторы влияния.
24. Поведенческие установки: природа, типы, методы формирования и изменения.
25. Инструменты управления восприятием в медиа: выбор ракурса, тональности, визуальных и звуковых кодов.
26. Поведенческий дизайн в цифровых медиа: пользовательские сценарии, вовлекающие элементы.
27. Нейромаркетинговые подходы в создании медиаконтента.
28. Этические границы управления восприятием: проблема манипуляции и ответственности.
29. Профессиональные кодексы и регулирование поведенческого воздействия в медиа.
30. Проектирование этичного медиапродукта: принципы, этапы, критерии оценки.
31. Кейсы успешных и неудачных социально-инженерных кампаний в российской и зарубежной медиапрактике.
32. Роль журналиста в противодействии дезинформации и манипуляциям.
33. Перспективы развития цифровых медиатехнологий: иммерсивные форматы, AI-контент, блокчейн.
34. Интеграция медиаметрики и аналитики в процесс управления контентом.
35. Создание комплексного мультимедийного проекта с учётом этических принципов и социальной ответственности.