

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.06.2026 16:03:23  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Филологический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МЕДИАИЗМЕРЕНИЯ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **ЖУРНАЛИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаизмерения» входит в программу магистратуры «Журналистика больших данных» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 19 тем и направлена на изучение и понимание места и роли медиаизмерений, а также умение слушателей использовать данные медиаизмерения в практической деятельности.

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся представления о медиаизмерениях и их применимости для корпоративных или персональных целей.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Медиаизмерения» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Прогнозирует потенциальную реакцию целевой аудитории на создаваемые журналистские тексты и (или) продукты;
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные журналистские действия в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиаизмерения» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Медиаизмерения».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные		Учебно-ознакомительная практика; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика; Медиаэкономика; Цифровой маркетинг;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	продукты		
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		Цифровой маркетинг; Иностранный язык (дополнительные разделы); Русский язык как иностранный (дополнительные разделы); Учебно-ознакомительная практика; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Медиаизмерения» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	47		47
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	27		27
<b>Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы\*

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Медиаизмерения. Базовый курс	1.1	Введение в тему «Медиаизмерения». Основные понятия	Введение в тему «Медиаизмерения». Основные понятия	ЛК, СЗ
		1.2	Введение в тему «Медиаизмерения». Практическое значение медиаизмерений	Введение в тему «Медиаизмерения». Практическое значение медиаизмерений	ЛК, СЗ
		1.3	Обзор существующих систем анализа международных СМИ. Поисковые системы	Обзор существующих систем анализа международных СМИ. Поисковые системы	ЛК, СЗ
		1.4	Обзор существующих систем анализа российских СМИ. Крибрум, Медиалогия, Интегрум, Бренд-Аналитикс – методы анализа, инструменты	Обзор существующих систем анализа российских СМИ. Крибрум, Медиалогия, Интегрум, Бренд-Аналитикс – методы анализа, инструменты	ЛК, СЗ
		1.5	Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями. Сбор доступной информации. Правовые аспекты	Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями. Сбор доступной информации. Правовые аспекты	ЛК, СЗ
		1.6	Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями и мессенджерами. Измеряемые показатели и для чего они	Системы мониторинга, парсинга и работы с социальными сетями и мессенджерами. Измеряемые показатели и для чего они	ЛК, СЗ
		1.7	Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения традиционных СМИ	Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения традиционных СМИ	ЛК, СЗ
		1.8	Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения цифрового пользования («три экрана», потребление «мобильного» контента и т.д.)	Российский измеритель Медиаскоп. Методы измерения цифрового пользования («три экрана», потребление «мобильного» контента и т.д.)	ЛК, СЗ
		1.9	Связь медиа измерений и программирования	Связь медиа измерений и программирования контента (для ТВ)	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы	Содержание темы	Вид учебной работы*
		контента (для ТВ)		
		1.10 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Стратегия медиаисследования	Принципы формирования запроса для медиаисследований. Стратегия медиаисследования	ЛК, СЗ
		1.11 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Источники данных	Принципы формирования запроса для медиаисследований. Источники данных	ЛК, СЗ
		1.12 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Метод анализа	Принципы формирования запроса для медиаисследований. Метод анализа	ЛК, СЗ
		1.13 Принципы формирования запроса для медиаисследований. Отчет по медиаисследованию	Принципы формирования запроса для медиаисследований. Отчет по медиаисследованию	ЛК, СЗ
		1.14 Цифровые решения для исследования аудиторий - Яндекс.Статистика, GoogleTrends и т.д.	Цифровые решения для исследования аудиторий - Яндекс.Статистика, GoogleTrends и т.д.	ЛК, СЗ
		1.15 Основные методы измерения репутации в медиа	Основные методы измерения репутации в медиа	ЛК, СЗ
		1.16 Стоимость бренда, как инструмент оценки эффективности внешней коммуникации	Стоимость бренда, как инструмент оценки эффективности внешней коммуникации	ЛК, СЗ
		1.17 Инструментарий для самостоятельного медиаисследования Системы ВІ	Инструментарий для самостоятельного медиаисследования Системы ВІ	ЛК, СЗ
Раздел 2	Итоговое испытание	2.1 Видеоконсультации по подготовке к итоговому испытанию	Видеоконсультации по подготовке к итоговому испытанию	ЛК, СЗ
		2.2 Итоговое тестирование по дисциплине «Медиаизмерения»	Итоговое тестирование по дисциплине «Медиаизмерения»	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	моноблок Lenovo V510z, проектор Epson EB-955W, экран моторизованный Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года (ОС, пакет офисных приложений, в т.ч. MS Office/Office 365, Teams, Skype)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	моноблок LenovoIdeaCentre 23" C560 (57331093) i3-4160T (3.1ГГц,)/4G/1Tb/DVD-SMulti/23FHD919 20x1080)/NV 800M 2G/Wi-Fi/cam/White - 8 шт., моноблок LenovoIdeaCentre C260 19.5" HD+Cel J1800/4Gb/500Gb/DVDRW/DOS/kb/m/чёрный 1600x900 - 10 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный. Лицензионный пакет Microsoft (Windows, Office) ключи EES (Shool 3) id:86626883 от 2016 года
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Власова М.Л. Социологические методы в маркетинговых исследованиях. – М.: ГУ-ВШЭ, 2005.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, практика и методология. - М.: Финпресс, 1998.
3. Евстафьев В.А., Ясонов В.Н. Введение в медиапланирование. М.: РИП-Холдинг, 2001.
4. Общественная Экспертиза. Анатомия свободы слова. Под редакцией И. Яковенко. - М., 2000.
5. Роль прессы в формировании гражданского общества. - М., 1999.
6. Сметанина С. Медиа-текст в системе культуры. – СПб, 2002.
7. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования. - СПб: Питер, 2000.
8. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2010.
9. Щепилов К. Медиаисследования и медиапланирование. М.: РИП-холдинг, 2007.
10. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. - Самара, 1995.

### Дополнительная литература:

1. Антонова И. Анализ количества деловой информации как инструмент маркетинга // Информационные ресурсы России, 2003, №5.
2. Вальский А. Как проводить маркетинговые исследования, чтобы не было мучительно дорого // Маркетинговые коммуникации, 2003, №6(18).
3. Выровцева Е.В. Журналистский текст как выражение позиции автора // Журналистика 2003: обретения и потери, стратегии развития: Материалы Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 3-6 февр.2004 г. - М., 2003.
4. Гавра Д.П. Основы теории коммуникации. СПб, 2011.

5. Галяшина Е., Горбаневский М. Спорные тексты СМИ: оскорбительная лексика // Журналист, 2003, №12.

6. Методы анализа документов в социологических исследованиях. Ред. Андреевской В.Г., Масловой О.М. - М., 1985.

7. Методы исследования СМИ. Ред. Коробейникова В.С. - М.: Изд. РАН, 1982.

8. Методы анализа документов в социологических исследованиях. Ред. Андреевской В.Г., Масловой О.М. - М., 1985.

9. Методы исследования СМИ. Ред. Коробейникова В.С. - М.: Изд. РАН, 1982.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Медиаизмерения».
2. Лабораторный практикум по дисциплине «Медиаизмерения».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

Доцент

*Должность*

*Подпись*

Бурдовская Е.Ю.

*Фамилия И.О*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность*

*Подпись*

Барабаш В.В.

*Фамилия И.О*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Заведующий кафедрой

*Должность*

*Подпись*

Барабаш В.В.

*Фамилия И.О*