

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 31.05.2024 12:23:09  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **МОНИТОРИНГ И АНАЛИТИКА МЕДИАПРОСТРАНСТВА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

(наименование дисциплины/модуля)

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

#### **42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

#### **РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет» входит в программу магистратуры «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 13 разделов и 0 тем и направлена на изучение следующих задач: раскрытие взаимосвязи методологии, методики и техники социологических и маркетинговых исследований; определение значения методики и техники для организации эффективного социологического и маркетингового исследования; изучение сущности и функциональных возможностей существующих методов социологических и маркетинговых исследований; формирование умений самостоятельно разрабатывать программу исследования, осуществлять выбор и обоснование методов исследований, в наибольшей степени соответствующих изучаемой проблеме; обучение навыкам разработки технологии сбора, обработки и анализа информации, ориентированную на использование математических методов и современных вычислительных средств; формирование навыков представления научных рекомендаций с той степенью конкретности, которая обеспечивает их последующее внедрение в практику.

Целью освоения дисциплины является ознакомление с процедурой организации и проведения социологических и маркетинговых исследований, формирование у студентов навыков применения методов социологических маркетинговых исследований для изучения широкого спектра проблем развития медиапространства, умения адекватного их объяснения в соответствии с программными целями.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет» 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<br>(в рамках данной дисциплины)   |
|-------|--|---|
| УК-7  | Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных | УК-7.1 Знает основные технологии, программное и аппаратное обеспечение коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analytics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) учитывает требования информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм;<br>УК-7.2 Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей;<br>УК-7.3 Владеет современными технологиями, программным и аппаратным обеспечением для осуществления цифровых коммуникаций; владеет навыками коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analytics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм; |
| ОПК-2 | Способен анализировать основные тенденции развития   | ОПК-2.1 Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов;  |

| Шифр  | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)  |
|-------|--|--|
|       | общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.2 Умеет анализировать тенденции и причинно следственные связи в развитии общественных и государственных институтов;<br>ОПК-2.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов;   |
| ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности  | ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере;<br>ОПК-7.2 Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере;<br>ОПК-7.3 Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности; |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет» 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 «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет».

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

| Шифр | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*   |
|------|--|---|--|
| УК-7 | Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных |   | <i>Сетевые media**;</i><br>Преддипломная практика;<br>Учебно-ознакомительная практика;<br>Научно-исследовательская работа; |

| <b>Шифр</b> | <b>Наименование компетенции</b>   | <b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b> | <b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>  |
|-------------|---|--|--|
| ОПК-2       | Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах |  | <i>Учебно-ознакомительная практика;<br/>Научно-исследовательская работа;<br/>Преддипломная практика;</i> |
| ОПК-7       | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности   |  | <i>Учебно-ознакомительная практика;<br/>Преддипломная практика;</i>                                      |

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет» составляет «4» 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>                  | 17             |            | 17          |
| Лекции (ЛК)                                      | 0              |            | 0           |
| Лабораторные работы (ЛР)                         | 0              |            | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 17             |            | 17          |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 109            |            | 109         |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 18             |            | 18          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | <b>ак.ч.</b>   | <b>144</b> | <b>144</b>  |
|  | <b>зач.ед.</b> | <b>4</b>   | <b>4</b>    |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины  | Содержание раздела (темы) |  | Вид учебной работы* |
|---------------|--|---------------------------|--|---------------------|
| Раздел 1      | Мониторинг и аналитика медиaprостранства в сети Интернет. Вводная лекция.        |                           |  |                     |
| Раздел 2      | Медиатренды 2023: что нужно знать.   |                           |  |                     |
| Раздел 3      | Тренды в социальных медиа на основе данных Медиалогии.                           |                           |  |                     |
| Раздел 4      | Тренд 2023: Исследования информационного поля.                                   |                           |  |                     |
| Раздел 5      | Как разработать PR-стратегию, которая будет работать: анализ медиополя компании. |                           |  |                     |
| Раздел 6      | Как сделать мониторинг СМИ, который будут читать.                                |                           |  |                     |
| Раздел 7      | Работа на опережение: как обнаружить риски по материалам СМИ.                    |                           |  |                     |
| Раздел 8      | Мониторинг соцсетей и СМИ.   |                           |  |                     |
| Раздел 9      | Мониторинг упоминаний брендов в СМИ.   |                           |  |                     |
| Раздел 10     | Анализ информационного поля.   |                           |  |                     |
| Раздел 11     | Поиск упоминаний бренда в социальных сетях.                                      |                           |  |                     |
| Раздел 12     | Анализ брендов, сравнение конкурентов в социальных сетях.                        |                           |  |                     |
| Раздел 13     | Работа с данными в Excel.  |                           |  |                     |

\* - 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) |
|---------------|--|--|
| Семинарская   | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, |  |

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории  | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|--|--|
|                            | оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.   |  |
| 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. Воскресенская, Н. Г. Контент-анализ в медиакоммуникациях [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Воскресенская Н. Г. Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2019. - 45 с.

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512271>

### Дополнительная литература:

1. Кузнецова Ю.В., Кузнецова А.С. Феномен успеха в контексте российского медиадискурса (на примере глянцевого журналов) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные, гуманитарные, медико-биологические науки. 2023. №90. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-uspeha-v-kontekste-rossiyskogo-mediadiskursa-na-primere-glyantsevyh-zhurnalov>

2. Лисицкая Л.Г., Ткаченко И.В. Актуальные проблемы методов исследования и преподавания журналистики в контексте медиарынка и визуализации коммуникации // Управление образованием: теория и практика. 2022. №5 (51). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-metodov-issledovaniya-i-prepodavaniyazhurnalistiki-v-kontekste-mediarynka-i-vizualizatsii-kommunikatsii>.

3. Лукерина О.М., Жмурова С.С., Виноградов А.А. Аналитика социальных медиа в туристской индустрии // Образование и право. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analitika-sotsialnyh-media-v-turistskoy-industrii>.

4. Терских М.В. Технология ньюсджекинга в рекламе: дискурсивная доминанта «COVID-19» // Коммуникативные исследования. 2023. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologiya-nyusdzhekinga-v-reklame-diskursivnaya-dominantacovid-19>.

### 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 «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет».

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

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Мониторинг и аналитика медиапространства в сети Интернет» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.



**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Бурдовская Елена

Юрьевна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Барабаш Виктор

Владимирович

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

*Должность, БУП*

*Подпись*

*Фамилия И.О.*