

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.05.2025 11:28:09
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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

ТЕОРИЯ СТРАТЕГИИ И МЕТОДОЛОГИЯ СТРАТЕГИРОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

(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):

ЦИФРОВЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций» входит в программу магистратуры «Цифровые медиакоммуникации» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 5 разделов и 12 тем и направлена на изучение следующих задач: 1. Освоить теоретические основы стратегического мышления и стратегирования в контексте медиакоммуникаций. 2. Изучить методы анализа медиасреды и её цифровой трансформации. 3. Сформировать навыки разработки стратегий в области медиакоммуникаций. 4. Освоить современные подходы и инструменты стратегического управления с применением цифровых технологий. 5. Анализировать кейсы успешных стратегий в медиакоммуникациях и разрабатывать собственные решения.

Целью освоения дисциплины является Формирование системного представления о стратегическом планировании и методах стратегирования в медиакоммуникациях с учётом цифровой трансформации и новых медиа.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций» 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)
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Знает основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели; УК-3.2 Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата; УК-3.3 Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели;
ПК-2	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	ПК-2.1 Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу; ПК-2.2 Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций» 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 «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций».

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-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Организация работы пресс-службы; Менеджмент в СМИ; Научно-исследовательская работа;	Научно-исследовательская работа; Научно-исследовательская практика; научно-педагогическая практика; <i>Управление контентом в цифровой среде**</i> ; <i>Детская on-line журналистика**</i> ;
ПК-2	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	Научно-исследовательская работа;	научно-педагогическая практика; Научно-исследовательская практика; Научно-исследовательская работа;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций» 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)
			2
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	83		83
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		27
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144	144
	зач.ед.	4	4

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	Теоретические основы стратегии и стратегирования	1.1	Понятие стратегии и стратегического управления	ЛК
		1.2	Эволюция стратегического мышления и стратегирования	ЛК, СЗ
		1.3	Особенности стратегирования в медиакоммуникациях	ЛК, СЗ
Раздел 2	Цифровая медиасреда и стратегический анализ	2.1	Методология анализа медиасреды	ЛК, СЗ
		2.2	Цифровая трансформация медиакоммуникаций	ЛК
		2.3	Тренды и вызовы цифровой медиасферы	ЛК
Раздел 3	Инструменты и методы стратегического планирования	3.1	Ключевые инструменты стратегирования	ЛК
		3.2	Методология стратегического планирования	ЛК
Раздел 4	Управление стратегией в цифровых медиакоммуникациях	4.1	Внедрение и контроль стратегий	ЛК
		4.2	Гибкие стратегии и адаптация к изменениям	ЛК
Раздел 5	Практика разработки и реализации стратегий	5.1	Анализ успешных кейсов стратегий в медиакоммуникациях	ЛК
		5.2	Создание стратегических решений для медиапроектов	ЛК

* - 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.	
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.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и	

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*Основная литература:*

1. 1. Ансофф, И. «Стратегическое управление». – М.: Логос, 2021.
2. Минцберг, Г. «Создание стратегии: процесс, содержание, контекст». – СПб.: Питер, 2022.
3. Котлер, Ф., Картайя, А. «Маркетинг и цифровые коммуникации: стратегия в новой реальности». – М.: Альпина Паблишер, 2023.
4. Градов, А.П. «Цифровая трансформация: теория и практика стратегического управления». – М.: Юрайт, 2021.
5. Портер, М. «Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов». – М.: Альпина Паблишер, 2022.
6. Хамел, Г., Прахалад, К. «Конкурируя за будущее: стратегии опережающего лидерства». – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2023.
7. Черняк, Д.Ю. «Цифровая экономика и медиастратегия: вызовы и решения». – СПб.: Лань, 2023.

2.

Дополнительная литература:

1. 1. Глейсон, К. «Agile-стратегия: гибкость и скорость в условиях неопределенности». – М.: Питер, 2022.
2. Остервалдер, А., Пинье, И. «Построение бизнес-моделей». – СПб.: Манн, Иванов и Фербер, 2021.
3. Траут, Дж., Райс, Э. «Позиционирование: битва за умы». – М.: Альпина Бизнес Букс, 2020.
4. Смирнова, В.И. «Методы стратегического анализа в цифровой экономике». – Екатеринбург: УРФУ, 2021.
5. Хинтон, С. «Цифровая медиаэкономика: стратегия и тактика». – СПб.: Лань, 2020.
6. Брейк, Э. «Кризис-менеджмент: стратегии выхода из сложных ситуаций». – М.: Юрайт, 2023.
7. Шмитт, Б. «Экспериментальные медиа и стратегическое управление инновациями». – М.: Инфра-М, 2023.

2.

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

- 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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций».

* - 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 «Теория стратегии и методология стратегирования в контексте цифровых медиакоммуникаций» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	Водопетов С.В. <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<i>Подпись</i>	Барабаш Виктор Владимирович <i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>