

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.06.2026 15:52:58  
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**

### **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СО СМИ**

(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)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Взаимодействие со СМИ» входит в программу магистратуры «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается во 2 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 12 тем и направлена на изучение следующих задач: показать отраслевое и идеологическое многообразие СМИ; выявить особенности функционирования каждого вида СМИ; определить степень эффективности воздействия каждого вида СМИ на отдельного индивида и массы; показать внутреннюю структуру СМИ и принципы её функционирования, специфику каждого элемента системы; выработать систему понятийного аппарата, определить значение основополагающих понятий и терминов.

Целью освоения дисциплины является ознакомление студентов с теоретическими основами и принципами организации эффективного взаимодействия с современными средствами массовой информации (СМИ), формирование знаний и навыков, позволяющих ориентироваться в многообразии СМИ и выбирать наиболее конкурентоспособные и профессиональные.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Взаимодействие со СМИ» 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)
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-3.1 Планировать деятельность рекламного и/или PR-агентства (подразделения) на временную перспективу; ПК-3.2 Отслеживать результаты работы рекламного и/или PR-агентства (подразделения) и оценивать ее эффективность по профессиональным индикаторам;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Взаимодействие со СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 «Взаимодействие со СМИ».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	Профессионально-творческая практика; Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах; Разработка сайтов и мобильных приложений;	Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика; Управление рекламным агентством и связями с общественностью; Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью**; Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет;

---

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Взаимодействие со СМИ» 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)
			2
Контактная работа, ак.ч	30		30
Лекции (ЛК)	15		15
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	15		15
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	69		69
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

## 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	Медиарилейшнз: понятие, формы, инструменты.	1.1	Понятие медиарилейшнз.	Понятие медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Особенности медиарилейшнз в сфере политики, экономики и науки.	2.1	Основные инструменты медиарилейшнз.	Основные инструменты медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		2.2	Основные формы медиарилейшнз.	Основные формы медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		2.3	Понятие GR в контексте медиарилейшнз.	Понятие GR в контексте медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		2.4	Особенности научной коммуникации в контексте медиарилейшнз.	Особенности научной коммуникации в контексте медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		2.5	Модели ситуационного анализа в медиарилейшнз.	Модели ситуационного анализа в медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		2.6	Стратегическое планирование в медиарилейшнз.	Стратегическое планирование в медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Тактика и стратегия в контексте медиарилейшнз.	3.1	Виды и особенности коммуникативных технологий в медиарилейшнз.	Виды и особенности коммуникативных технологий в медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		3.2	Понятие «тактика» в медиарилейшнз.	Понятие «тактика» в медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		3.3	Понятие «стратегия» в медиарилейшнз.	Понятие «стратегия» в медиарилейшнз.	ЛК, СЗ
		3.4	Особенности взаимодействия со СМИ в области политики, экономики и науки.	Особенности взаимодействия со СМИ в области политики, экономики и науки.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Перспективы развития различных форм медиарилейшнз как инструмента PR.	4.1	Перспективы развития различных форм медиарилейшнз как инструмента PR.	Перспективы развития различных форм медиарилейшнз как инструмента PR.	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.	
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 компьютерами с доступом в ЭИОС.	

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

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве. М., 2017.
2. Клушина Н.И. Этические аспекты массовой коммуникации// Вестник Российского университета дружбы народов: Лингвистика. - 2014.
3. Березин В.М. Современные теории массовой коммуникации: Учебно-методический комплекс / В.М. Березин. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013.
4. Федотова Л.Н. Методология и методика медиаисследований: Монография / Л.Н. Федотова. - Электронные текстовые данные. - М., 2015.

### Дополнительная литература:

1. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России : Учебное пособие / И.М. Дзялошинский. - М. : Аспект Пресс, 2017.
2. Назайкин А.Н. Эффективная реклама в прессе [Текст] : Практическое пособие / А.Н. Назайкин. - М. : Изд-во Международного ин-та рекламы, 2001.
3. Средства массовой коммуникации в многополярном мире: Проблемы и перспективы [Электронный ресурс] : Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. / Сост. Е.Ю. Бурдовская, Г.Н. Трофимова, В.В. Кислый, А.В. Харченко ; под ред. В.В. Барабаша. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018
4. Чумиков А.Н. Медиарилейшнз: Учебное пособие для студентов вузов. - Электронные текстовые данные. - М., 2014.

### 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 «Взаимодействие со СМИ».

\* - 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:**

Профессор

*Должность*

*Подпись*

Барабаш В.В.

*Фамилия И.О*