

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.05.2026 20:44:46
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса**

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МЕДИАРИЛЕЙШНЗ

(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):

УПРАВЛЕНИЕ СВЯЗЯМИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиарилейшнз» входит в программу магистратуры «Управление связями с общественностью» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 3 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 2 разделов и 9 тем и направлена на изучение взаимоотношений между организациями и средствами массовой информации, разработку стратегий взаимодействия с журналистами и формирование публичного образа компании через средства массовой информации.

Целью освоения дисциплины является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие студентам взаимодействовать со СМИ (медиарилейшнз) и уметь их использовать в практической деятельности.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Медиарилейшнз» 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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2 Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3 Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4 Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.5 Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.6 Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности;
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.; ОПК-1.2 Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов; ОПК-1.3 Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем;
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития	ОПК-5.1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования; ОПК-5.2 Умеет анализировать актуальные тенденции развития

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; ОПК-5.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиарилейшнз» 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 «Медиарилейшнз».

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-4	Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	<i>Деловой второй иностранный язык**; Русский язык делового общения**; Иностранный язык в профессиональной деятельности**; Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности**; Профессиональный иностранный язык (факультатив)**; Профессиональный русский язык (факультатив)**; Деловой иностранный язык (второй) факультатив**; Деловой русский язык (факультатив)**;</i>	Преддипломная практика;
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	<i>Деловой иностранный язык (второй) факультатив**; Деловой русский язык (факультатив)**; Базовые концепции рекламы и PR;</i>	Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции	<i>Проектная практика; Коммуникационный практикум (мастер-класс);</i>	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Медиарилейшнз» составляет «2» 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)
			3
<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>	23		23
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	15		15
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

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	Теория медиарилейшнз	1.1	Понятийный аппарат медиарилейшнз	Понятийный аппарат медиарилейшнз охватывает: медиа/журналисты/редакции, целевые аудитории и медиополе; инфоповод, повестку, ключевые сообщения и tone of voice; спикера и пичинг; пресс-релиз/комментарий/эксклюзив/эмбарго; брифинг/пресс-конференцию; каналы Earned/Owned/Paid/Shared. Метрики и нормы: охваты, упоминания, публикации, тональность, SOV, цитируемость, качество площадок, трафик/лиды; медиапротокол, тайминг, фактчекинг и этика.	ЛК, СЗ
		1.2	Медиарилейшнз в структуре отдела PR	В структуре PR-отдела медиарилейшнз — это специализированная функция (или подкоманда), отвечающая за стратегию и тактику взаимодействия со СМИ: разработку инфоповодов и месседжей, пичинг, пресс-материалы/ивенты, работу со спикерами и журналистами, мониторинг и коррекцию повестки. Она интегрируется с корпоративными/внутренними коммуникациями, контентом и SMM, координирует кризисные ответы, использует общий календарь и CMS, а эффективность измеряет по охватам, упоминаниям, тональности и SOV.	ЛК, СЗ
		1.3	Основные технологии медиарилейшнз	Ключевые технологии медиарилейшнз: планирование инфоповодов и календаря; медиалисты и персонализированный пичинг; пресс-релиз/пресс-кит; комментарии по запросу и реактивные (newsjacking); эксклюзивы и эмбарго; интервью, колонки, кейсы и data-PR; брифинги/пресс-конференции/медиатуры; спецпроекты и натив; медиатренинг и банк спикеров; мониторинг и корректировка месседжей. Поддержка и контроль: редакционная CRM, медиапротоколы, А/В-тесты пичей.	ЛК, СЗ
		1.4	Основные этапы построения медиарилейшнз	Аудит и цели → целевые аудитории/СМИ и карта спикеров → ключевые месседжи → медиалисты и правила контакта → контент (пресс-кит, релизы, Q&A) → пичинг/интервью/мероприятия → договорённости	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				(экслюзив/эмбарго) и сопровождение. Мониторинг упоминаний и тональности → сбор фидбэка → отчет по KPI (охват, SOV, качественные выходы) → оптимизация процессов и обновление медиаплана/протоколов, включая кризисные.	
		1.5	Медиарилейшнз в условиях развития социальных медиа	Интеграция PR с соцплатформами: real-time коммуникации, коллаборации с инфлюенсерами, UGC, социализация и data-подход для таргетинга и измерений. Омниканальность и скорость реакций: комьюнити-менеджмент, прозрачность, натив/short-form контент, протоколы кризисной коммуникации и бренд-сафети.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Практика медиарилейшнз	2.1	Решение кейсов по медиарилейшнз	Разбор кейсов по MR: быстрая диагностика и формулирование целей/KPI → аудитории/медиа и спикеры → месседжи → каналы/инструменты → тактика (пичинг, релизы, инфлюенсеры, события, UGC) → тайминг/бюджет/риски. Реализация и измерения: социализация и мониторинг упоминаний/тональности → корректировки в реальном времени → отчет по охвату, SOV и качеству выходов → post-mortem и стандартизация решений.	ЛК, СЗ
		2.2	Построение взаимодействия с зарубежными и региональными СМИ	Анализ медиакарт и культурно-правовых контекстов; локализация месседжей/материалов (язык, форматы, данные), мэппинг редакторов и база контактов, pitch-календарь с учетом часовых поясов, подготовка спикеров и медиа-китов. Инструменты: экслюзивы, брифинги, региональные кейсы и исследования; процессы: SLA по ответам, прозрачный трекинг, мониторинг упоминаний/тональности и регулярная оптимизация.	ЛК, СЗ
		2.3	Этика медиарилейшнз	Принципы: прозрачность и точность, недопущение манипуляций, уважение эмбарго и права на информацию, корректная маркировка рекламы/спонсорства, соблюдение конфиденциальности и предотвращение конфликтов интересов. Практики: проверка фактов и источников, честный пичинг, этичное обращение с данными/подарками, согласование цитат без искажения смысла, соблюдение законов и кодексов отрасли.	ЛК, СЗ
		2.4	Основные принципы работы редакции СМИ	База: редакционная политика и миссия, независимость и отсутствие конфликта интересов, факт-чекинг и верификация	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				источников, баланс мнений, разделение новости/мнение/реклама, точность заголовков и прозрачность правок. Процессы: планирование повестки и дедлайнов, многоступенчатая редакция, стандарты этики и юридической проверки, безопасность и защита данных, мультимедийная дистрибуция и метрики качества.	

* - 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 AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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 Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Проекционный экран GEHA 244*244 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
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.	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Марочкина, С. С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / С. С. Марочкина, И. Б. Шуванов, Е. В. Щетинина. — Москва : ФЛИНТА, 2021. — 47 с. — ISBN 978-5-9765-4765-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/182994> (дата обращения: 23.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература:

1. Чумиков Александр Николаевич.

Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / А.Н. Чумиков. - М. : Юрайт, 2018. - 173 с. - (Бакалавр. Академический курс).

2. Чумиков Александр Николаевич.

Медиарилейшнз : учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 184 с. : ил. - (Современные технологии PR. Мастер-класс).

URL: https://lib.rudn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=Link_FindDoc&id=409916&idb=0

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879> (дата обращения: 23.04.2024).

4. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442249>.

5. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для бакалавриата и магистратуры / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 189 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10581-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430876>.

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 «Медиарилейшнз».

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Осмоловская Анна
Васильевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина
Вадимовна

Фамилия И.О.