

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.05.2025 17:32:47
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

МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ И МЕДИАМАРКЕТИНГ

(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):

РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» входит в программу магистратуры «Рекламный менеджмент» 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 7 тем и направлена на изучение понятий медиа и различных подходов к его определению, а также современную медиа среду России; особенностей традиционных и новых медиа; структуры менеджмента различных видов медиа; структуры маркетинга современного медиа.

Целью освоения дисциплины является актуализировать и/или сформировать индикаторы компетенций, позволяющие изучить особенности управления современным медиаканалом, а также специфику его маркетинга.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» 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-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения;
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 Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований; ОПК-4.2 Умеет интерпретировать данные социологических/маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях; ОПК-4.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории.;
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 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 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;
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной	ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.;

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	ответственности	ОПК-7.2 Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.; ОПК-7.3 Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности;
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; ПКО-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПКО-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» 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 «Медиаменеджмент и медиамаркетинг».

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-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Международные маркетинговые коммуникации; Производственная практика; Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы); Учебная практика;	Преддипломная практика;
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Учебная практика; Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков; Создание маркетингового контента; Интегрированные бренд-коммуникации; Коммуникационный практикум (мастер-класс);	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
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	Интегрированные бренд-коммуникации; Коммуникационный практикум (мастер-класс); История религий России; Учебная практика;	Преддипломная практика;
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Базовые концепции рекламы и PR; Создание маркетингового контента;	Преддипломная практика;
ПКО-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии; <i>Клиентский сервис</i> **; <i>Брендинг территорий</i> **; <i>Аналитика социальных медиа для рекламы и PR</i> **; <i>Цифровая креативная индустрия</i> **; <i>Бизнес-риторика</i> **; Производственная 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 «Медиаменеджмент и медиамаркетинг» 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>	20		20
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
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	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
		1.1	1.2	
Раздел 1	Медиаменеджмент	1.1	Основы медиаменеджмента¶	ЛК, СЗ
		1.2	Функции менеджера в СМИ	ЛК, СЗ
		1.3	Медиабренд: формирование и управление¶	ЛК, СЗ
		1.4	Управление творческим персоналом¶	ЛК, СЗ
Раздел 2	Медиамаркетинг¶	2.1	Основы медиамаркетинга.¶	ЛК, СЗ
		2.2	Медиапродукт: понятие и характеристики.¶	ЛК, СЗ
		2.3	Комплекс медиамаркетинга. Продвижение и реклама медиапродукта ¶	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. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования сми / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/424881>

2. Кириллова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие : [16+] / Н. Б. Кириллова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 186 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597869>. – Библиогр.: с. 168-171. – ISBN 978-5-4499-1563-4. – DOI 10.23681/597869. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Медиакультура: словарь терминов и понятий / авт.-сост. Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 197 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494604>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2799-0. – DOI 10.23681/494604. – Текст : электронный.

2. Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна [Текст/электронный ресурс]: В 2-х кн.: Учебное пособие. Кн. 1: Пресса / В.В. Тулупов. - Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2018, 2019. - 208 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6230>

3. Шарков Ф.И. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс] : Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М. : Проспект, 2018, 2017. - 224 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

4. Гусякова А.В. Теоретические основы моделирования медиадискурса [Электронный ресурс]: Монография / А.В. Гусякова. - Электронные текстовые данные. - М.: Изд-во РУДН, 2014. - 182 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/5142>

5. Интернет-СМИ. Теория и практика [Электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.О. Алексеева; Под ред. М.М. Лукиной. - Электронные текстовые данные. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 348 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3542>

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.elsevier.com/locate/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Медиаменеджмент и медиамаркетинг».

* - 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:

Должность БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.