Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.11.2026 16:59:21
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»

Факультет гуманитарных и социальных наук

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СПЕЦИФИКА РАБОТЫ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

50.04.01 ИСКУССТВА И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ И МЕНЕДЖМЕНТ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Специфика работы в медиапространстве» входит в программу магистратуры «Креативные индустрии и менеджмент в сфере культуры» по направлению 50.04.01 «Искусства и гуманитарные науки» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра теории и истории культуры. Дисциплина состоит из 2 разделов и 4 тем и направлена на изучение следующих задач: - знает структуру средств массовой информации и коммуникации в современной России, а также принципы формирования российского информационного пространства; - владеть теоретическими знаниями о подходах, сформированных для продвижения традиционных СМИ и современных каналов массовой коммуникации; - знать особенности построения бизнес-плана для стратегического и тактического продвижения традиционных СМИ (периодических изданий, радио-телеканалов, электронных СМИ) для аудитории и рекламодателя; - понимать принципы организации управления в традиционных СМИ, медиагруппах, сформированных в российском информационном пространстве, а также принципы медиамарктенига. - проводить анализ влияния на аудиторию информации, размещаемой на различных информационных площадках.

Целью освоения дисциплины является роли маркетинга в современном медиапространстве, усвоение им основополагающей информации в области маркетинга и подготовка его к самостоятельному принятию решений в разработке маркетинговых стратегий и тактики при создании и функционировании медиаорганизаций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Специфика работы в медиапространстве» 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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Готов действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Готовностью к введению в учебную деятельность современных достижений гуманитарных наук, основных на принципах толерантности и уважению к культуре и образу жизни другого;
ПК-4	Обладает готовностью и способностью к разработке и реализации проектов, связанных с профессиональной деятельностью (проектная, творческая).	ПК-4.1 Обладает готовностью к разработке новых методов и форм социально-практической работы во всех областях профессиональной деятельности;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Специфика работы в медиапространстве» 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 «Специфика работы в медиапространстве».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Технологии эффективного управления в сфере креативных индустрий;
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		Культурное наследие: сохранение и регенерация; История религий России; Музыкальный бизнес: российский и зарубежный опыт;
ПК-4	Обладает готовностью и способностью к разработке и реализации проектов, связанных с профессиональной деятельностью (проектная, творческая).		Городские исследования и практики**; Стратегический менеджмент в бизнесе и культуре**; Продюсирование проектов в сфере креативных индустрий**;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Специфика работы в медиапространстве» 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
Контактная работа, ак.ч	*51*		*51*
Лекции (**ЛК**)	34		34
Лабораторные работы (**ЛР**)	0		0
Практические/семинарские занятия (**СЗ**)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	*84*		*84*
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	*9*		*9*
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	**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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Медиапространство	1.1	Медиарынок как информационное пространство.	Классические и инновационные способы распространения медиапродукта и процесс доступа целевой аудитории к контенту СМИ и новых медиа.	ЛК, СЗ
		1.2	Сегментация медиапространства	Информационные потребности и запросы аудитории классических и новых медиа.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Медиамаркетинг	2.1	Редакционно-издательский маркетинг.	Медиамаркетинг как производственный процесс изменения медиапродукта (газеты, журнала, радио-, телеканала и новых медиа).	ЛК, СЗ
		2.2	Продвижение и реклама медиапродукта.	Маркетинговые прогнозы.Финансовая политика медиапредприятия и планирование редакционно-издательского маркетинга.	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. Котлер Ф. «Основы маркетинга. Краткий курс»., М., 2023

2. Маркетинг. Учебник для вузов
авторы
Н. К. Розова,
Л. Н. Ковалик, М., 2023

Дополнительная литература:

1. А.А. Данилова Манипулирование словом в средствах массовой информации. 3 изд. – М.: Добросвет, Издательство «КДУ», 2014, - 232 с.
http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:417537&theme=FEFU
2. PR – коммуникации/ Практическое пособие/ Бердникова И.П., А.Ф. Стрижова А.Ф. – 2 изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. – 208 с.
3. Как стать первым на YouTube: Секреты взрывной раскрутки [Электронный ресурс] / Тажетдинов Т. - М. : Альпина Паблишер, 2016.
http://www.iprbookshop.ru/43649.html
4. Вебер М. «Протестантская этика и дух капитализма».
5. Матвеев П. «Старообрядческая этика и экономика».

2. Репьев А. «Маркетинговое мышление».
Райс Э., Траут Д. «Маркетинговые войны».

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 «Специфика работы в медиапространстве».

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

РАЗРАБОТЧИКИ

Старший преподаватель	Берест В.А.
Должность	Фамилия И.О

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой	Берест В.А.
Должность	Фамилия И.О

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой	Градова Е.В.
Должность	Фамилия И.О