

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 13.05.2026 14:56:38  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**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**

### **ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.03.01 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):**

### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 5, 6 семестрах 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 10 тем и направлена на изучение основных принципов функционирования средств массовой информации, анализ влияния медиа на общественное мнение, а также овладение навыками профессиональной работы в области журналистики, редактирования и медиа-продакшн.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понимания основ массовой информации, функционирования конкретных средств ее распространения - периодической печати, радиовещания, телевидения, информационных агентств, Интернет-СМИ.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Теория и практика массовой информации» 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)
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности 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 совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» 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 и практика массовой информации».

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

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Компьютерные технологии в дизайне рекламы; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам;	Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Философия; Политология; Имидж регионов мира; Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Цифровая грамотность;	Преддипломная практика; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; Управление лояльностью; Тренды маркетинговых коммуникаций; Медиапланирование; Копирайтинг в цифровых медиа;
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Введение в специальность; Основы маркетинга; Имидж регионов мира; Основы связей с общественностью;	Преддипломная практика; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Теория и практика брендинга;

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

\*\* - элективные дисциплины /практики

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

Общая трудоемкость дисциплины «Теория и практика массовой информации» 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)	Семестр(-ы)
			5	6
Контактная работа, ак.ч	68		34	34
Лекции (ЛК)	34		17	17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		17	17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	49		20	29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	27		18	9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	144	72	72
	зач.ед.	4	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	Основа теории	1.1	Информация и её виды	Информация — сведения, уменьшающие неопределённость в массовых коммуникациях; ключевые свойства: актуальность, достоверность, полнота, точность, релевантность и новизна. Виды: по форме и функции (факт/мнение/оценка; новостная/аналитическая/справочная/развлекательная), по модальности (текстовая/визуальная/аудио/аудиовизуальная), по происхождению (первичная/вторичная), по доступу (открытая/закрытая) и по источнику (официальная/неофициальная).	ЛК, СЗ
		1.2	История развития массовой информации.	Эволюция массовой информации: от рукописных листков и печатного станка к газетам и журналам, затем радио и телевидению, и далее к интернету, поисковым системам, блогам и социальным сетям с мобильной конвергенцией. Ключевые вехи — технологические инновации, удешевление и ускорение распространения, трансформация моделей медиавладения и переход аудитории от пассивного потребления к интерактивному со-созданию контента.	ЛК, СЗ
		1.3	Система средств массовой информации	Система СМИ — совокупность печатных, эфирных и цифровых платформ, редакций и агентств, работающих в правовых и экономических рамках для выполнения функций информирования, просвещения, развлечения и общественного контроля. Ее структура включает уровни (национальный/региональный/локальный), производственно-дистрибуционный цикл, рекламно-медийный рынок, аудиторию и метрики, а также конвергенцию и платформизацию.	ЛК, СЗ
		1.4	Организация информационного производства	Организация информационного производства — это сквозной цикл от планирования повестки и сбора данных (репортеры, корреспонденты, агентства, UGC) через верификацию, редактирование, юридическую и этическую проверку к мультимедийной упаковке в CMS и омниканальной дистрибуции. Управляется редакционной политикой, ролями и регламентами, опирается на технологии (аналитика, автоматизация, fact-checking), а качество и эффективность обеспечиваются календарным планированием, стандартами, дедлайнами и обратной связью аудитории и рекламного рынка.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Практика	2.1	Сбор массовой информации.	Сбор массовой информации — это систематическое получение данных из полевых и дистанционных источников (интервью, наблюдение, документы, базы, агентства, соцсети/UGC, сенсоры, OSINT) по редакционному заданию. Процесс включает первичную верификацию и триангуляцию, учет правовых и этических норм, безопасность источников и журналистов, фиксацию метаданных и подготовку к последующей обработке.	ЛК, СЗ
		2.2	Обработка массовой информации	Обработка массовой информации — это превращение собранных данных в публикуемый контент через отбор, проверку фактов, нормализацию, контекстуализацию, редактирование и юридико-этическую экспертизу. Включает структурирование в форматы (новость, аналитика, лонгрид), подготовку заголовков/лидов, мультимедийную адаптацию, метаданные и качество-контроль с применением CMS, аналитики и автоматизации/NLP.	ЛК, СЗ
		2.3	Тексты массовой	Тексты массовой информации — это стандартизированные и жанрово	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			информации	дифференцированные сообщения (новость, репортаж, интервью, аналитика), ориентированные на общественную значимость, точность, ясность и оперативность. Их построение опирается на композиционные схемы (заголовок, лид, «перевернутая пирамида»), фактоцентричную и проверяемую подачу, адаптацию под мультимедийные форматы, этические и юридические нормы, а также требования SEO/метаданных.	
		2.4	Распространение массовой информации.	Распространение массовой информации — это омниканальная доставка контента через печать, эфир, веб-сайты, соцсети, мессенджеры, агрегаторы, рассылки и push, с учетом формата, тайминга, SEO/SMO и алгоритмов платформ. Процесс опирается на планирование и персонализацию, правовые и этические нормы, метрики охвата/досмотра/конверсий и модели монетизации, обеспечивая масштабирование и доступность.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Право	3.1	Правовое регулирование средствами массовой информации.	Правовое регулирование СМИ охватывает конституционные гарантии и ограничения свободы выражения, законы о СМИ, рекламе, персональных данных и авторском праве, а также нормы против клеветы, разжигания ненависти и дезинформации. Включает регистрацию/лицензирование, аккредитацию, право на ответ и опровержение, редакционную и издательскую ответственность, роль регуляторов и механизмов саморегулирования.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Исследование	4.1	Развитие массовой информации в XXI веке.	XXI век ознаменован цифровой конвергенцией и платформизацией СМИ: мобильное потребление, соцсети, UGC, алгоритмическая персонализация, мультимедийность и data-driven редакционные практики с применением ИИ. Параллельно трансформируются модели монетизации (подписки, paywall, натив), усиливаются требования к верификации и этике, защите данных и прозрачности алгоритмов.	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. Мандель, Б. Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учебное пособие / Б.Р. Мандель. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-019658-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2131859>
2. Шарков, Ф. И. Теория и практика массовой информации как фундаментальное направление коммунологии : монография / Ф. И. Шарков, В. В. Силкин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - 6-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 302 с. - ISBN 978-5-394-05405-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1996280>

### Дополнительная литература:

1. Афанасьев В.Г. Социальная информация. - М., 1994.
2. Буданцев Ю.П. Массовые коммуникации: основы системной коммунологии. - М.: РУДН, 2017.
3. Варганова Е.Л. Постсоветская трансформация российских СМИ и журналистики. – М.: МедиаМир, 2013.
4. Грабельников А.А. Введение в организацию информационного производства: учебно-методический комплекс. – М.: РУДН, 2013.
5. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. - М.: Изд-во РУДН, 2001
6. Ким М.Н. Современные жанры журналистики. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004.
7. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Учеб. пособие. 5-е изд. - М.: Аспект-пресс, 2014.
8. Тулупов В.В., Колосов А.А., Цуканова М.И., Сапунов В.И., Бобряшов А.А. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2006.
9. Шумилина Т.В. Методы сбора информации в журналистике. - М., 1983

### 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 <https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Наукометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Теория и практика массовой информации».

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

**РАЗРАБОТЧИКИ**

Доцент

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

Земская Ю.Н.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О