

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.05.2026 20:25:33
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)

2026 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-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.; 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;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; ПК-1.2 Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; ПК-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); Проектная практика;	Преддипломная практика;
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	Базовые концепции рекламы и PR;	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Производственная практика; <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> ;	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	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Медиаменеджмент	1.1	Основы медиаменеджмента¶	Основы медиаменеджмента — управление медиаорганизацией, контентом и аудиторией на стыке редакции и бизнеса: стратегия, позиционирование бренда, продуктовый цикл, монетизация (реклама, подписки, лицензии), дистрибуция и платформы. Включает правовые и этические нормы, управление командами и бюджетами, аналитику спроса и KPI, работу с данными и исследованиями рынка.	ЛК, СЗ
		1.2	Функции менеджера в СМИ	Стратегическое и операционное управление (планирование, организация, подбор и развитие команды, мотивация, бюджетирование, контроль KPI), управление контент-продуктом, дистрибуцией и монетизацией. Координация редакции и коммерции, аудитории и бренда; юридическая и этическая комплаенс, управление рисками, партнёрствами и кризисными коммуникациями.	ЛК, СЗ
		1.3	Медиабренд: формирование и управление¶	Медиабренд формируется через позиционирование и ценностное предложение для целевой аудитории, айдентику (нейминг, визуал, тональность), контент- и канал-стратегию, единый пользовательский опыт и бренд-архитектуру. Управление включает брендбук и гайдлайны, мониторинг метрик и репутации, развитие сообществ и партнёрств, консистентность во всех точках контакта, а также защиту и антикризисные процедуры.	ЛК, СЗ
		1.4	Управление творческим персоналом¶	Управление творческим персоналом опирается на отбор и развитие талантов, создание мотивирующей среды (автономия, доверие, обратная связь), гибкие процессы и лидерство, сочетающее свободу с ясными целями и дедлайнами. Важны баланс KPI и креатива, командная динамика и конфликт-менеджмент, профилактика выгорания, справедливое вознаграждение, авторское право и прозрачные договорённости.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Медиамаркетинг¶	2.1	Основы медиамаркетинга.¶	Анализ аудитории и инсайтов, ценностное предложение и позиционирование, контент-стратегия и креатив, выбор каналов (paid/owned/earned), медиапланирование по воронке,	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				частота/охват, таргетинг и сегментация. KPI и атрибуция (reach, CTR, CPC/CPA/ROI), A/B-тесты и оптимизация, бренд-безопасность и соответствие праву, бюджетирование и отчётность.	
		2.2	Медиапродукт: понятие и характеристики.¶	Медиапродукт — это созданный для целевой аудитории контент/сервис (текст, аудио, видео, интерактив), распространяемый через платформы и имеющий ценностное предложение и бренд-идентичность. Ключевые характеристики: нематериальность и тиражируемость, формат/платформозависимость, модульность и вариативность, интерактивность и вовлечённость, жизненный цикл, права и лицензирование, метрики эффективности и монетизация.	ЛК, СЗ
		2.3	Комплекс медиамаркетинга. Продвижение и реклама медиапродукта ¶	Комплекс медиамаркетинга для медиапродукта: продукт (контент/форматы), цена/монетизация (подписка, freemium, реклама), дистрибуция (платформы, агрегаторы), продвижение (PR, SMM, инфлюенсеры, SEO/ASO, email, партнерства), плюс данные/аналитика. Продвижение и реклама: стратегия по воронке (охват–вовлечение–конверсия–ретеншн), креатив и UTR, таргетинг и медиа-микс (paid/owned/earned), A/B-тесты, бренд-безопасность, KPI/атрибуция и оптимизация.	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.	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. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589469> (дата обращения: 17.04.2026).

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.elsevierscience.ru/products/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:

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.