

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2025

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

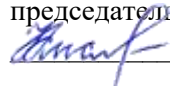
высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ



Н.Н. Кислова

Медиапланирование

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Литературы, журналистики и методики обучения**

Учебный план **ФФ-626Жз(4г6м)**
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **Заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах: зачеты 5
в том числе:		
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	100	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	5(3.1)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	2	2	2
Практические	6	6	6	6
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. Работа	100	100	100	100
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Медиапланирование

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 25.03.2026 протокол №8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Литературы, журналистики и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11

Зав. кафедрой О.М. Буранок

Начальник УОП



Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать представления о медиапланировании как о практической управленческой деятельности в системе средств массовой информации, основанной на понимании и эффективном использовании оптимальных каналов распространения рекламной информации при определенном бюджете с целью максимального охвата целевой аудитории с определенной частотой (определенное количество раз).

Задачи изучения дисциплины:

в области журналистской авторской деятельности:

– сформировать представления о соотношении авторских текстов и конкретных рекламных носителей.

в области журналистской редакторской деятельности:

– сформировать навыки редактирования информационных продуктов в соответствии с требованиями конкретного средства массовой информации

в области маркетинговой деятельности:

– развить навыки анализа рынка медиа с целью выявления наиболее эффективных рекламоносителей.

Область профессиональной деятельности: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Жанры рекламных и PR-текстов

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации

Организация и проведение коммуникационных кампаний

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Знает основные показатели медиапланирования и порядок их определения

Умеет использовать программное обеспечение медиапланирования

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Умеет рассчитывать количественные показатели медиапланирования, показатели медиаэффектов отдельного носителя, показатели эффектов медиаплана, показатели финансовой эффективности кампаний

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой

Умеет применять методы изучения аудитории

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Теоретический аспект медиапланирования.			
1.1	Основы медиапланирования /Лек/	5	2	1
1.2	Данные по аудитории: демографические характеристики, социальное положение, психологические особенности, покупательское поведение /Пр/	5	2	1
1.3	Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой. /Ср/	5	34	0
1.4	Своеобразие подсчета охвата аудитории в разных СМИ/Пр/	5	2	1
1.5	Программное обеспечение медиапланирования/Ср/	5	34	0
	Раздел 2. Практический аспект медиапланирования			
2.1	Постановка цели и задачи РК /Пр/	5	4	1
2.2	Процесс медиапланирования /Ср/	5	32	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

5 семестр, 1 лекции, 3 практических занятия
 Раздел 1. Теоретический аспект медиапланирования
 Лекция №1 (2 часа)
 Основы медиапланирования

Вопросы и задания

1. Медиапланирование как практическая деятельность и дисциплина. История возникновения медиапланирования как науки.
2. Понятие, предмет и компоненты медиапланирования.
3. История и предпосылки формирования медиапланирования как науки.
4. Тратегическое и тактическое медиапланирование.
5. Участники медиапланирования. Этапы медиапланирования.

Практическое занятие №1 (2 часа)

Данные по аудитории: демографические характеристики, социальное положение, психологические особенности, покупательское поведение

Вопросы и задания

1. Медиапланирование как отрасль научного знания и дисциплина.
2. Понятие, предмет и компоненты медиапланирования.
3. Медиапланирование как управленческая технология в средствах массовой информации.
4. Медиапланирование в рекламной деятельности. Структура рекламной кампании.
5. Цели и задачи медиапланирования.
6. Источники информации для медиапланирования.
7. Стратегия и тактика медиапланирования (участники медиапланирования)

Практическое занятие №2 (2 часа)

Своеобразие подсчета охвата аудитории в разных СМИ

Вопросы и задания

1. Виды и формы рекламы в сети интернет.
2. Новые каналы распространения рекламной информации
3. Сервисы контекстной рекламы Яндекс.Директ, Бегун, Google AdSense, Google Adwords, Yahoo! Search Marketing
4. Анализ крупных региональных интернет-площадок, интересных для размещения рекламы
5. Специфика медиапланирования в сети. Показатели медиапланирования.

Критерии и показатели медиапланирования интернет-рекламы.

Раздел 2. Практический аспект медиапланирования

Практическое занятие №3 (2 часа)

Постановка цели и задачи РК

Вопросы и задания

1. Виды исследований в медиапланировании: изучение рынка, аудитории. Социологические исследования. Рейтинговые исследования, панельные дневниковые исследования, система опросов.
2. Структура рекламного медиарынка Самары
3. Виды и основные каналы распространения рекламы.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой	Составление словаря терминов	Конспект. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
2	Программное обеспечение медиопланирования	Составление словаря терминов	Конспект. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.
3	Процесс медиапланирования	Составление словаря терминов	Конспект. Словарная работа. Умение отвечать на контрольные вопросы по разделу письменно или устно.

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Программное обеспечение медиопланирования	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Процесс медиапланирования	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3. Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.			
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ			
Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы			
6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бузин В.Н., Бузина Т.С.	Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 493 с. : табл., граф., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684925 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01769-3. – Текст : электронный.	Москва: Юнити-Дана, 2017. - 493 с.
Л1.2	Исаенко Е.В., Васильев А.Г.	Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 351 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615855 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01662-7. – Текст : электронный.	Москва: Юнити-Дана, 2017. - 351 с.
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Шарков Ф. И. , Бузин В. Н.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.	Москва: Дашков и К°, 2022. – 323 с.
6.2 Перечень программного обеспечения			
- Acrobat reader DC			
- Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security			
- GIMP			
- Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)			
- Многофункциональный сервис обмена информацией Мах			
- Архиватор 7-Zip			
- Браузер Яндекс для организаций			
6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных			
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»			
- Базы данных Springer eBooks			
7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.		
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ		
8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)			
Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого студента должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций. Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов			

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Медиапланирование»

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Теоретический аспект медиапланирования			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Практический аспект медиапланирования			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
Итого:		56	100

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Теоретический аспект медиапланирования»			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 4 балла за полный комплект лекций по темам 1.1-2.3. Решение кейсов: Составьте схему создания эффективной рекламы в системе ИМК – 1 балл Презентация на тему специфики различных видов СМИ и их аудитории – 1 балл.	Тема: Основы медиапланирования Данные по аудитории: демографические характеристики, социальное положение, психологические особенности, покупательское поведение Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМИ и рекламой Своеобразие подсчета охвата аудитории в разных СМИ Программное обеспечение медиапланирования Образовательные результаты: Знает основные показатели медиапланирования и порядок их определения Умеет использовать программное обеспечение медиапланирования Умеет рассчитывать количественные показатели медиапланирования, показатели медиаэффектов
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 1.1-2.3. 5 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Анкетирование Аудитория Базовая аудитория телеканала Выборка Генеральная совокупность Медиаплан Медиапланирование Охват Поздний прайм-тайм Позиционирование Прайм-тайм Прогнозный рейтинг Рейтинг	

		Рейтинг рекламного блока Рекламный контакт Семантический дифференциал СМК Синдикативное исследование Текущий рейтинг Телесмотрение Фактический рейтинг Фокус-группа Целевая аудитория Целевая группа Эфирный день Решение кейсов: Сделать примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel») (2 балла) Подготовить медиабриф (2 балла) Подготовить медиа-обсчет для рекламодателя с учетом общего объема рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на печатные СМИ. (4 балла) Рассчитать стоимость размещения медийной рекламы для выбранной организации на интернет-площадках (4 балла) Представить развернутый план комплексной рекламной кампании по принципу медиа-микс для магазина товаров для дома (2 балла) Составить медиакарту для размещения рекламы в печатных СМИ. (1 балл)	отдельного носителя, показатели эффектов медиаплана, показатели финансовой эффективности кампании Знает механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой Умеет применять методы изучения аудитории
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 1.1. – 3 балла. 1.2. – 3 балла. 1.3. – 6 баллов.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Текущий контроль по разделу «Практический аспект медиапланирования»			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 4 балла за полный комплект лекций по темам 3.1-3.3 Решение кейсов: Дайте характеристику оперативного медиапланирования – 1 балл Охарактеризовать количественные критерии выбора средства распространения рекламы – 1 балл	Тема: Постановка цели и задачи РК Процесс медиапланирования
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 3.1-3.3 5 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Floated HUR HUT Media brief Launch, Maintenance	Образовательные результаты: Знает основные показатели медиапланирования и порядок их определения Умеет использовать программное обеспечение медиапланирования Умеет рассчитывать количественные показатели медиапланирования, показатели медиаэффектов

		Сезонность продаж География продаж Бюджет Mixed OTS People meter Personal people meter (PPM) Prime-time PUT (Person Using Television) Ratecard Rating, TVR Reach Recency Road block Schedulings Share Spot Target audience Target group Total TV audience Total TV TVR TTL (Through-The-Line) Решение кейсов: Подготовьте таблицу основных медиапоказателей – 2 балла Создайте линию времени развития региональных СМИ – 2 балла. Создайте эссе на тему управления медиаресурсами – 2 балла Составьте список главных СМИ города – 2 балла Напишите тексты для роликов медиаплана – 2 балла. Разработайте тест запоминаемости ролика – 2 балла. Создайте схему взаимодействия нескольких СМИ – 3 балла	отдельного носителя, показатели эффектов медиаплана, показатели финансовой эффективности кампании Знает механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой Умеет применять методы изучения аудитории
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2.1. – 6 баллов 2.2. – 6 баллов	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	