


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук  
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры  
социологии и политологии  
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ И.А. Батанина  


**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«Медиапланирование»**

**основной профессиональной образовательной программы  
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки  
**42.03.05 Медиакоммуникации**

с направленностью (профилем)  
**Технологии медиа**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**  
**рабочей программы дисциплины (модуля)**

**Разработчик(и):**

Батанина И.А., проф. кафедры СиП, д-р. полит. наук, проф.



---

## 1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

**Целью** освоения дисциплины (модуля) является изучение проблем планирования деятельности в рамках сложившейся медиасистемы, формирование умений и навыков самостоятельного определения формата, платформы, концепции и технологии продвижения контента в современных медиа.

**Задачами** освоения дисциплины (модуля) являются:

- развитие навыков самостоятельного творчества и обучения;
- развитие способности планировать и реализовывать выпуск медиапродукта и определять маркетинговую стратегию его продвижения;
- владение навыками исследования аудитории СМИ.

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 7 семестре.

## 3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

### **Знать:**

- 1) основы сегментирования аудитории СМИ, особенности позиционирования медиапродуктов и их взаимосвязь с базовыми параметрами медиапланирования (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.1.);

### **Уметь:**

- 1) критически анализировать проблемные ситуации и вырабатывать стратегию и тактику продвижения продукции СМИ с учетом потребительского спроса на продукцию СМИ и характеристик целевой аудитории конкретных масс-медиа (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК-3.2.);

### **Владеть:**

- 1) навыками формулировки измеримых и достоверных показателей, характеризующих продвижение продукции СМИ, и определения путей их достижения (код компетенции – ПК-3, код индикатора – ПК - 3.3.);

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

## 4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

#### 4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

| Номер семестра       | Формы промежуточной аттестации | Общий объем в зачетных единицах | Общий объем в академических часах | Объем контактной работы в академических часах |                                    |                     |                                  |              |                          | Объем самостоятельной работы в академических часах |
|----------------------|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|---------------------|----------------------------------|--------------|--------------------------|--|
|                      |                                |                                 |                                   | Лекционные занятия                            | Практические (семинарские) занятия | Лабораторные работы | Клинические практические занятия | Консультации | Промежуточная аттестация |  |
| Очная форма обучения |                                |                                 |                                   |   |                                    |                     |                                  |              |                          |  |
| 7                    | Э                              | 5                               | 180                               | 28  | 28                                 | –                   | –                                | 2            | 0,25                     | 121,75   |
| <b>Итого</b>         | -                              | 5                               | 180                               | 28  | 28                                 | –                   | –                                | 2            | 0,25                     | 121,75   |

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

#### 4.2 Содержание лекционных занятий

##### Очная форма обучения

| № п/п            | Темы лекционных занятий   |
|------------------|---|
| <b>7 семестр</b> |   |
| 1                | Основные подходы к определению концепта медиапланирования                   |
| 2                | Теоретические аспекты исследования аудитории СМИ                            |
| 3                | Технологические параметры исследования аудитории СМИ                        |
| 4                | Выбор медиасредств: основные процедуры и характеристики                     |
| 5                | Количественные показатели характеристики медианосителей                     |
| 6                | Комбинированные показатели медиапланирования:                               |
| 7                | Разработка медиаплана: логика процесса, цели и задачи, технологии и техники |
| 8                | Стратегии и тактики медиапланирования.                                      |
| 9                | Технологии бюджета коммуникационной кампании: факторы и методики            |
| 10               | Оценка эффективности медиаплана   |

#### 4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

##### Очная форма обучения

| № п/п            | Темы практических (семинарских) занятий                                     |
|------------------|---|
| <b>7 семестр</b> |   |
| 1                | Основные подходы к определению концепта медиапланирования                   |
| 2                | Теоретические аспекты исследования аудитории СМИ                            |
| 3                | Технологические параметры исследования аудитории СМИ                        |
| 4                | Выбор медиасредств: основные процедуры и характеристики                     |
| 5                | Количественные показатели характеристики медианосителей                     |
| 6                | Комбинированные показатели медиапланирования:                               |
| 7                | Разработка медиаплана: логика процесса, цели и задачи, технологии и техники |

| № п/п | Темы практических (семинарских) занятий                          |
|-------|--|
| 8     | Стратегии и тактики медиапланирования.                           |
| 9     | Технологии бюджета коммуникационной кампании: факторы и методики |
| 10    | Оценка эффективности медиаплана                                  |

#### 4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

#### 4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

#### 4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

##### Очная форма обучения

| № п/п            | Виды и формы самостоятельной работы                    |
|------------------|--|
| <b>7 семестр</b> |  |
| 1                | Подготовка к практическим (семинарским) занятиям       |
| 2                | Разработка медиаплана                                  |
| 4                | Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение |

#### 5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

##### Очная форма обучения

| Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося |                          | Максимальное количество баллов                        |    |
|--|--------------------------|---|----|
| <b>7 семестр</b>   |                          |   |    |
| Текущий контроль успеваемости  | Первый рубежный контроль | <b>Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:</b> |    |
|  |                          | Посещение лекционных занятий                          | 3  |
|  |                          | Работа на практических (семинарских) занятиях         | 18 |
|  |                          | Разработка медиаплана                                 | 9  |
|  | Итого                    |   | 30 |
|  | Второй рубежный контроль | <b>Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:</b> |    |
|  |                          | Посещение лекционных занятий                          | 3  |
|  |                          | Работа на практических (семинарских) занятиях         | 18 |
|  |                          | Разработка медиамикса                                 | 9  |
|  | Итого                    |   | 30 |
| Промежуточная аттестация   | Экзамен                  | 40 (100*)   |    |

\* В случае отказа обучающегося от результатов рубежного контроля

## **Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

| <b>Система оценивания результатов обучения</b>   | <b>Оценки</b>       |                   |         |          |
|--|---------------------|-------------------|---------|----------|
|  | 0 – 39              | 40 – 60           | 61 – 80 | 81 – 100 |
| Стобалльная система оценивания   | 0 – 39              | 40 – 60           | 61 – 80 | 81 – 100 |
| Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы) | Неудовлетворительно | Удовлетворительно | Хорошо  | Отлично  |
| Академическая система оценивания (зачет)   | Не зачтено          | Зачтено           |         |          |

### **6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оборудованная доской для написания мелом, а также компьютером (или ноутбуком), проектором, экраном; учебная аудитория для практических (семинарских) занятий, оборудованная доской для написания мелом, а также переносным проектором, переносным экраном, ноутбуком.

### **7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

#### **7.1 Основная литература**

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511937>.

2. Евстафьев, В.А. Введение в медиапланирование : Учеб. пособие для начинающих медиапланеров / В.А. Евстафьев, В.Н. Ясонов 2-е изд.,испр.М. : РИП-Холдинг, 1998. 84с. : ил.(Академия рекламы).

#### **7.2 Дополнительная литература**

1. Габисония Тамуна Гелаевна, Севостьянова Агния Александровна Особенности медиапланирования в условиях кризиса и санкций // Вестник евразийской науки. 2022. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-mediaplanirovaniya-v-usloviyah-krizisa-ili-sanktsiy>.

2. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / составители С. С. Марочкина [и др.]. — Сочи : СГУ, 2020. — 46 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/172128>.

4. Романов, А. А. Медиапланирование : учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, Р. В. Каптюхин. — Москва : ЕАОИ, 2010. — 240 с. — ISBN 978-5-374-00391-8. —

Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/126392>.

5. Сиссорс Д, ж.З. Рекламное медиа-планирование / Дж.З.Сиссорс, Р.Б.Бэррон 6-е изд. М.и др. : Питер, 2004. - 416с.(Маркетинг для профессионалов) ISBN 5-314-00045-8 /в пер./ : 215.00

6. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : РосНОУ, 2019. — 299 с. — ISBN 978-5-89789-140-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162184>

7. Шматов, Г.А. Цифровые технологии медиапланирования на основе экономико-математического моделирования // AlterEconomics. 2022. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-mediaplanirovaniya-na-osnove-ekonomiko-matematicheskogo-modelirovaniya>.

## **8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Федеральный портал «Российской образование» - <http://www.edu.ru/>- Загл. с экрана
2. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru>. - Загл. с экрана
3. Электронный научный журнал «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru/>- Загл. с экрана
4. Российская ассоциация связей с общественностью - <https://raso.ru/> - Загл. с экрана
5. ВЦИОМ - <https://wciom.ru/>- Загл. с экрана
6. Федеральное собрание Российской Федерации Государственная Дума - <http://www.duma.gov.ru/> - Загл. с экрана
7. Общественная палата Российской Федерации - <http://www.oprf.ru/> - Загл. с экрана
8. Сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru/> - Загл. с экрана
9. Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации - <http://www.council.gov.ru/> - Загл. с экрана
10. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> - Загл. с экрана
11. Международный пресс-клуб: библиотека. - [https://pr-club.com/pr\\_lib/](https://pr-club.com/pr_lib/)- Загл. с экрана
12. Психологическая библиотека <https://www.psychology.ru/library/> - Загл. с экрана
13. Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru> - Загл. с экрана
14. Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru> - Загл. с экрана
15. Союз журналистов России - <http://www.ruj.ru> - Загл. с экрана
16. Журнал «Журналист» - <http://www.journalist-virt.ru/>- Загл. с экрана.

## **9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Пакет офисных приложений «МойОфис»

## **9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

1. Компьютерная справочная правовая система Консультант Плюс.