

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
 высшего образования  
 «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
 АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»  
 (НГУАДИ)

РПД одобрена  
 Ученым советом НГУАДИ

протокол № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ  
 Ректор НГУАДИ  
 \_\_\_\_\_ Н.В. Багрова

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 202\_ г.

## Медиапланирование

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**  
 Учебный план 42.03.01\_2025\_РиО\_1.plx  
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
 Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Квалификация **бакалавр**  
 Форма обучения **очная**  
 Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72  
 в том числе:  
 аудиторные занятия 32  
 самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:  
 зачеты с оценкой 5

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр ( <b>&lt;Курс&gt;.&lt;Семес тр на курсе&gt;</b> )	<b>5 (3.1)</b>		Итого	
Неделя	15 3/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

*Препод., Гучек Е.С.*

Рецензент(ы):

*Препод., Гайгерова О.В.*

Рабочая программа дисциплины

**Медиапланирование**

разработана в соответствии с:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**

Протокол от 24.01.2025 г. № 6

Срок действия программы: 2025-2029 уч.г.

Зав. кафедрой А.В.Дьячков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Целью освоения дисциплины является формирование компетенции обучающегося в области технологий медиапланирования, а также формирование у обучающихся базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.
1.2	Задачи дисциплины:
1.3	Рассмотреть ключевые понятия теории и практики медиапланирования.
1.4	Раскрыть основные параметры, инструменты и техники медиаисследований и медиапланирования.
1.5	Рассмотреть этапы процесса планирования рекламных кампаний в СМИ;
1.6	Продемонстрировать особенности выбора рекламных носителей, а так же исследовательского инструментария, который используется в процессе медиапланирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Дизайн и рекламные технологии
2.1.2	Медиатекст и основы копирайтинга
2.1.3	Современное и актуальное искусство
2.1.4	История графического дизайна
2.1.5	Фирменный стиль и основы дизайна
2.1.6	Визуальные коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Маркетинг социальных медиа
2.2.2	Основы теории и методологии дизайна
2.2.3	Разработка рекламного продукта
2.2.4	Медиа-технологии в рекламе
2.2.5	Консалтинг в сфере бизнес-коммуникаций
2.2.6	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.7	Производственная практика. Преддипломная практика
2.2.8	Технологии SMM

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<b>ПК-1: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации рекламного продукта</b>	
<b>Знать:</b>	
Уровень 1	теоретические основы и практические особенности медиапланирования
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	рассчитывать основные показатели медиапланирования, использовать полученные знания в проведении кампаний
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	навыками подготовки и реализации медиаплана коммуникационной кампании

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	ПК-1.1.5 Специфику рекламных носителей в системе коммуникационного воздействия по потребителей в сфере креативных индустрий.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ПК-1.2.4 Применять методики разработки медиаплана в практической деятельности организации в сфере креативных индустрий.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ПК-1.3.4 Навыками исследования и определения рекламных носителей в эффективном медиапланировании в сфере креативных индустрий.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Медиапланирование: теория, стратегия и тактика</b>					
1.1	Понятие медиапланирования как части коммуникационной кампании. Цели, задачи, этапы /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.2Л2.1 Э1	
1.2	Медиаисследования как процесс получения медиаданных /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
1.3	Медиаисследования как процесс получения медиаданных (практик) /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
1.4	Понятие целевой аудитории. Портрет потребителя /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.1 Л1.2Л2.2 Э1	
1.5	Выявить целевую аудиторию проекта /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
	<b>Раздел 2. Медиасредства</b>					
2.1	Выбор медиасредств: характеристики /Лек/	5	4	ПК-1	Л1.2 Э1	
2.2	Определение коммуникационных каналов, проекта. /Пр/	5	4	ПК-1	Л1.2 Э1	
2.3	Форматы и особенности медианосителей, принципы отбора /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
2.4	Выявить и проанализировать коммуникационные каналы проекта /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
	<b>Раздел 3. Показатели, бюджетирование, оценка эффективности медиапланирования</b>					
3.1	Бюджетирование в медиапланировании /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
3.2	Разработать техническое задание, бриф для медиа агентства. Рассчитать медиапоказатели медиаплана. /Пр/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
3.3	Оценка и контроль эффективности в медиапланировании. Показатели и методики расчёта /Лек/	5	2	ПК-1	Л1.2 Э1	
3.4	Разработать бюджет медиаплана. Разработать медиаплан. /Пр/	5	4	ПК-1	Л1.2 Э1	
3.5	Самостоятельная работа по дисциплине. Подготовка к зачету с оценкой /Ср/	5	30	ПК-1	Л1.2 Э1	
3.6	По всем темам и разделам дисциплины /ЗачётСОц/	5	10	ПК-1	Л1.2 Э1	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ
<b>5.1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине</b>
<p>Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.</p> <p>Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.</p> <p>Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.</p> <p>Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать</p>

профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

## **5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Практические работы выполняются обучающимся в соответствии с рабочей программой дисциплины, требования и критерии выполнения работы озвучиваются преподавателем на занятии. Выполненные работы выкладываются обучающимся в ЭИСО НГУАДИ.

Пример контрольного задания.

Компания Garnier планирует рекламную кампанию солнцезащитных средств в НСО.

1 Бюджет не ограничен.

2 Определите основные характеристики целевой аудитории.

3. Определите предпочтительные медианосители.

4. Определите время и место размещения рекламных сообщений.

Представить в любом формате по усмотрению обучающегося (презентация, письменный отчет, устный ответ и пр.)

Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой

Вопросы к зачету с оценкой

1 Понятие и предмет медиапланирования

2 Компоненты медиапланирования

3 Формирование стратегии медиапланирования

4 Этапы медиапланирования

5 Медиаплан и его составляющие

6 Портрет целевой аудитории

7 Маркетинговый инструментарий как технологическая основа медиапланирования

8 Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования

9 Массовая коммуникация. Каналы коммуникации

10 Понятие массовой информации

11 Характеристики и особенности рекламы в различных средствах массовой информации (в печатных и электронных СМИ)

12 Методы измерения аудиторий различных СМИ

13 Показатели, характеризующие аудиторию СМИ (PUT, HUT, PUR)

14 Индекс соответствия и рейтинг в маркетинге и медиапланировании

15 Охват рекламной кампании и частота воздействия

16 GRP и TRP как количественное выражение целей медиапланирования

17 Бюджетирование в медиапланировании. Стоимостные показатели различных СМИ (CPT, CPP)

18 Критерии отбора медиасредств.

19 Медиапоказатели кампании в сети Интернет

20 Теория и практика медиаисследований.

21 Закупка рекламного времени/площади. Критерии оценивания стоимости размещения в различных СМИ.

22 Медиамикс. Сущность, критерии составления.

23 Кампании в сети Интернет. Критерии оценки и выбора средств.

24 Медиа кампании. Классификация и особенности планирования по срокам и масштабу.

25 Эффект и эффективность в медиапланировании. Методики оценки.

26 Способы взаимодействия с подрядчиками при составлении медиаплана

27 Методы контрольных исследований эффективности медиаплана

28 Методы предварительного тестирования эффективности СМИ

29 Методы прогнозирования эффективности размещения рекламного сообщения

## **5.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом).

Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями, формулируемыми преподавателем перед её выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Зачёт с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачёт с оценкой проводится в счёт аудиторного времени по зафиксированным в контрольных точках итогам контрольных и самостоятельных работ (пересказов текстов).

Зачёт с оценкой по дисциплине проводится преподавателем, в практической форме, в фиксированные сроки и в аудитории. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения второго зачёта,

которую следует проводить после окончания сессии. Тщательный анализ результатов зачётов самим преподавателем, обсуждение результатов на кафедре помогают преподавателю сделать соответствующие выводы для дальнейшей работы - на какие темы курса обратить дополнительное внимание, какие методы и формы обучения усиливать как более эффективные.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Мельникова Н. А.	Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020
Л1.2	Марочкина, С. С., Шуванов, И. Б.	Медиаарилейшнз и медиапланирование: учебное пособие	Сочи: Сочинский государственный университет, 2020

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Бердников, И. П., Стрижова, А. Ф.	PR-коммуникации: практическое пособие	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021
Л2.2	Леушкин, Р. В.	Теория социальной коммуникации: актуальные проблемы: учебное пособие	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2021

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Медиапланирование» - Режим доступа: <a href="https://portal.nsuada.ru/course/">https://portal.nsuada.ru/course/</a>
Э2	Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) : официальный сайт [Электронный ресурс] Режим доступа: <a href="https://www.akarussia.ru/">https://www.akarussia.ru/</a>
Э3	Медиалогия. Система мониторинга и анализа СМИ и соцсетей в режиме онлайн официальный сайт [Электронный ресурс] Режим доступа: <a href="https://www.mlg.ru/">https://www.mlg.ru/</a>

#### 6.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64
---------	--

#### 6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации с преподавателем, указанные в РПД источники литературы и другие материалы. Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя:

- проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами по дисциплине;
- подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом;
- предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;

- проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине.

В инклюзивном образовании по образовательным программам ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» одними из основных условий сопровождения обучающихся с инвалидностью и особыми образовательными потребностями являются подготовленный педагогический состав, прошедший повышение квалификации по программе «Инклюзивное образование в образовательной организации высшего образования», владеющий методиками и приемами обучения и адаптации, возможности тьюторского сопровождения обучения куратором группы.

Для лиц с нарушением слуха в рамках образовательной программы используются возможности визуального представления кратких материалов лекций в формате презентаций, в которых в удобной и адаптированной верстке представлены краткие материалы дисциплин. Учебная аудитория, оснащённая комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, при необходимости- персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

Для лиц с нарушением зрения в рамках образовательной программы с использованием электронной информационной образовательной среды (ЭИОС) ФГБОУ ВО НГУАДИ имеет версию сайта с минимальным уровнем доступности (А). Согласно ГОСТ Р 52 872 – 2012 «Требования доступности интернет-ресурсов для инвалидов по зрению»

Специфика преподаваемых дисциплин гуманитарного цикла на кафедре ГиСЭД не предполагает адаптации учебных материалов для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (ОДА).