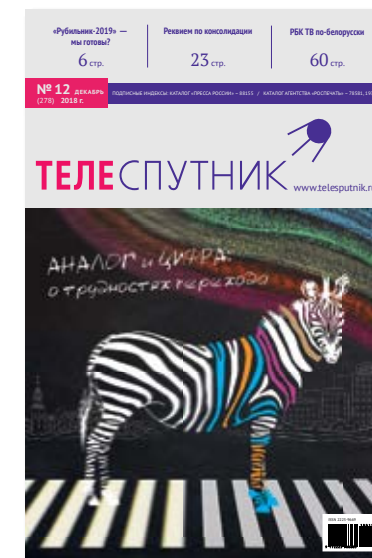




# ТЕЛЕСПУТНИК

telesputnik.ru

## Медиа-кит 2019



## Целевая аудитория

Целевой аудиторией издания «Приложение для профессионалов в области спутниковой связи» являются региональные установщики систем спутниковой связи, занимающиеся также продажей и установкой VSAT-оборудования.

Мы стремимся стать наиболее влиятельным поставщиком информации о бизнесе и технологиях в России и СНГ в области цифрового телевидения, мультимедиа и интернета вещей.

## Задачи

Основные задачи издания:

- Донести до целевой аудитории актуальную и интересную для нее информацию.
- Предоставить дилерам VSAT-оборудования и их поставщикам отраслевую информационную площадку.
- Вернуть интерес целевой аудитории к журналу «Теле-Спутник» и вновь заявить о себе, как о главном издании на рынке.

Журнал «Теле-Спутник» издается с 1995 года и распространяется в России, странах СНГ и Балтии общим тиражом от 10 до 12 тысяч экземпляров (в зависимости от сезона, количества подписчиков и мероприятий).

## Контентное наполнение

Контент приложения формируется из аналитических статей, обзоров рынка, рассказах об особенностях бизнеса установщиков VSAT-оборудования в различных регионах, историях успеха, ноу-хау, интервью с представителями отрасли.

Основные тематические блоки:

- Новости рынка;
- Интервью с топ-менеджерами крупнейших компаний отрасли;
- Интервью с руководителями организаций-установщиков приемного ТВ-оборудования;
- Рассказ о современных технологиях и сферах их применения;
- Материалы об истории российского рынка платного ТВ;
- Технические обзоры и тесты оборудования;
- Обзоры различных сегментов рынка платного ТВ;
- Обзоры различных сегментов рынка спутниковой связи;
- Транспондерные новости;
- Таблица частот.



## Наша аудитория

Целевой аудиторией журнала «Теле-Спутник» являются представители отраслевых ассоциаций и государственных структур, топ-менеджеры и технические специалисты:

- телекомпаний;
- производителей и дистрибьюторов контента;
- установщиков систем спутникового и эфирного ТВ-приема;
- системных интеграторов;
- операторов связи;
- производителей и дистрибьюторов головного и сетевого оборудования для ТВ-сетей;
- интернет-провайдеров и операторов VSAT-сетей.

## Журнал распространяется на следующих выставках и конференциях:

Февраль, №2	CSTB (Москва)
Апрель, №5	«Связь 2019» (Москва)
Июнь, №6	Anga Cable (Германия)
Сентябрь, №9	IBC (Амстердам)
Октябрь, №10	Конференция Digital TV&Video in Russia. 4K&HDR (Москва) NATEXPO (Москва)

Кроме представителей сектора B2B нашими читателями на протяжении многих лет являются телезрители и ИТ-энтузиасты.

Отличительная особенность издания заключается в том, что журнал получают лично в руки акционеры и топ-менеджеры ключевых игроков рынка, в частности - холдинга GS GROUP, «Триколор ТВ», «Первый ТВЧ», NoLimit Electronics, компании «Цифра».

## Наши авторы

Над подготовкой материалов работают как штатные, так и внештатные профессиональные журналисты, а также признанные эксперты рынка.

Основным критерием при выборе тем для публикации является их актуальность и практическая значимость для читателей.

## Наши темы

На страницах журнала «Теле-Спутник» читатели найдут:

- мнения экспертов о современных тенденциях и закономерностях развития цифрового телевидения;
- статьи о перспективных сетевых технологиях и цифровых стандартах телевидения;
- интервью с руководителями крупнейших компаний рынка и ведущими специалистами;
- информацию о широком спектре оборудования, новинках техники и комплексных решениях, предлагаемых рынком;
- тесты профессиональной и абонентской аппаратуры, проводимые независимыми инженерами;
- аналитические обзоры отраслевых профессиональных выставок конференций и семинаров;
- статьи о маркетинге телевизионных и мультисервисных услуг, развитии нового сегмента IoT: от вопросов построения бизнеса платных телеканалов, их методов продвижения и принципах работы с операторами связи и до примеров успешных бизнес-моделей и новых и схемах продвижения услуг;
- обзоры законодательной базы, комментарии компетентных и известных в отрасли юристов;
- примеры успешного решения операторами различных организационно-правовых проблем;
- широкий спектр информации о развитии спутникового вещания: от информации о запусках новых телекоммуникационных спутников и доступных спутниковых емкостях, до обзоров новых технологий и современных трендов развития спутниковой передачи;
- практические рекомендации от участников рынка по строительству и технической поддержке сетей;
- публикации о развитии интернет-телевидения и OTT-сервисов: от описания технологии и необходимого абонентского оборудования и до схемы взаимодействия с вещательными сетями и успешных бизнес-подходах к вопросам продвижения;
- описание успешного опыта работы отраслевых компаний и отечественных производителей оборудования для телерадиовещательной отрасли;
- обзоры контента телевизионных каналов;
- спутниковые и транспондерные новости;
- дайджест значимых событий и интересных фактов из жизни отдельных компаний и целой отрасли.

№	Крупный план	Бизнес и практика	ТВ-контент	Техника и технологии	Спутники	Интернет вещей	Дедлайн по рекламе
№ 1 (279). Январь	Российский рынок платного ТВ, производства контента и ОТТ. Итоги 2018 года и прогнозы на 2019 год.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ динамики изменений мирового рынка платного ТВ за последние 10 лет и прогноз его дальнейшего развития.</li> <li>Онлайн-видеосервисы на марше: новые продукты, тренды, антипиратская активность.</li> </ul>	Обзор новых телеканалов с собственным продакшном, начавших вещание в 2018 году.	Использование ТВ-операторами аналитических инструментов (DPI, Big data и прочих).	Мнения топ-менеджеров представителей спутниковой отрасли: какие события 2018 г. самые значимые для рынка и каковы ожидания от 2019 г.?	IoT-итоги года: крупные проекты, госинициативы, технологический ландшафт	8 декабря (2018)
№ 2 (280). Февраль	Технологии и платформы в области производства, обработки, передачи и приема видеоконтента	Необходимость и возможность объединения данных различных изменений медиапотребления.	Метаданные на этапе съемки как основа будущего продакшна и характеристик контента	<ul style="list-style-type: none"> <li>Анонс технической части экспозиции форума CSTB-2019.</li> <li>Применение нейронных сетей для производства видеоконтента</li> </ul>	Низкоорбитальные спутниковые группировки: мифы и реальность	Современные технологии, применяющиеся для создания умных городов	12 января
№ 3 (281). Март	Основные тенденции развития вещательной и медиаотрасли России (по итогам выставки и форума CSTB. TELECOM & MEDIA 2019)	Отток аудитории телеканалов в Интернет: насколько опасна тенденция, можно (и нужно) ли возвращать зрителей к телеэкранам?	Новые ТВ-каналы, анонсированные на CSTB-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>Почему VR оказался не нужен медиаиндустрии?</li> <li>Тестовые зоны и проекты, связанные с организацией вещания в сетях 4G/5G</li> </ul>	Итоги VSAT-секции на CSTB-2019	Российские сети связи и инфраструктурные решения для Интернета вещей	9 февраля
№ 4 (282). Апрель	Российский рынок ОТТ-сервисов	<ul style="list-style-type: none"> <li>Правовые основания трансляции телеканалов в интернет-среде</li> <li>ОТТ-сервисы осваивают линейное телевидение</li> </ul>	Телесмотрение среди молодежи в РФ и за рубежом: продолжает ли ТВ-контент пользоваться популярностью у этой аудитории и что для этого предпринимают телеканалы?	<ul style="list-style-type: none"> <li>Искусственный интеллект на службе у ОТТ-платформ.</li> <li>Обзор технических решений для доставки контента «точка-точка» через Интернет.</li> </ul>	HTS – прорыв в спутниковой связи	Amazon и Google – битва гигантов на рынке умного дома: обзор и сравнение решений компаний и прогнозы. Есть ли конкуренты на российском рынке?	7 марта

№	Крупный план	Бизнес и практика	ТВ-контент	Техника и технологии	Спутники	Интернет вещей	Дедлайн по рекламе
№ 5 (283). Май	Российский рынок платного ТВ – итоги 2018 года	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Является ли контент в формате 4K драйвером продаж для оператора платного ТВ?</li> <li>• Возможности для монетизации телеканалов в онлайне.</li> </ul>	Корпоративные телеканалы: цели создания и особенности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Смарт-телевизоры как катализаторы новых форматов потребления видео.</li> <li>• Онлайн-плееры основных телевещателей: технологии, реклама, интеграция с другими платформами.</li> </ul>	Системы спутникового геопозиционирования: особенности и сферы применения.	Рынок решений для умного дома в РФ: текущая ситуация, новые и старые проекты, уровень продаж и спроса.	10 апреля
№ 6 (284). Июнь	Российский рынок VSAT: <ul style="list-style-type: none"> <li>• VSAT в Ka-диапазоне для массового рынка: анализ спроса и предложения.</li> <li>• Влияние спутника «Ямал-601» на перераспределение российского VSAT-рынка.</li> </ul>	Как операторы и интернет-сервисы борются с оттоком абонентов?	Веб-сериалы: что это за явление и каковы перспективы подобных проектов?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• OTT-платформы операторов спутникового ТВ.</li> <li>• Перспективы применения SaaS-платформ для рынка платного ТВ в России и в мире.</li> </ul>	Что хочет пользователь: спутниковые технологии и сервисы, которые пока не получили широкого распространения в России, но могут быть востребованы потребителями.	IoT-проекты на базе технологии спутникового Интернета.	10 мая
№ 7 (285). Июль	Особенности и основные тенденции медиапотребления в России (по итогам TeleMultiMedia Forum 2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отключения аналогового вещания – полгода спустя.</li> <li>• Возможности и ограничения сбора аналитики о медиапотреблении на Smart TV.</li> </ul>	Конкуренция профессиональных вещателей и user generated content (UGS). Описание явления и что с этим делать. Мнения аналитиков, вещателей и видеоблогеров.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приставки на базе Android TV и их место на рынке. Платформы для smart TV обзор.</li> <li>• CAS – новые подходы к реализации защиты.</li> </ul>	Битва операторов за частотный ресурс: спутниковые против сотовых.	Беспилотный транспорт: обзор технологий, рассказ о запущенных проектах, прогнозы экспертов.	10 июня
№ 8 (286). Август	Особенности российского отраслевого законодательства госпрограммы в сфере платного ТВ и медиаконтента.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Особенности регулирования деятельности онлайн-кинотеатров в зарубежных странах.</li> <li>- Зачем стриминговым видеосервисам линейный контент?</li> </ul>	Телеканалы госведомств: контент, аудитория, среда вещания.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AR/VR-перспективы внедрения и сферы применения.</li> <li>• Готовность современных телевизоров к поддержке технологий HDR и HFR. Оптимальные характеристики ТВ-дисплеев для просмотра 4K-контента.</li> </ul>	ФЦП развития орбитальной группировки гражданского назначения.	Голосовой интерфейс: области применения, возможности и особенности технологии в рамках умного дома и управления домашними устройствами.	10 июля

№	Крупный план	Бизнес и практика	ТВ-контент	Техника и технологии	Спутники	Интернет вещей	Дедлайн по рекламе
№ 9 (287). Сентябрь	<p>"Технологии доставки контента:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Интернет против спутника: плюсы и минусы технологий доставки?</li> <li>Особенности распространения телеканалов по наземным сетям (CDN, IX, дополнительные сервисы).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стратегия выживания небольших операторов: проблемы и пути решения.</li> <li>Телеизмерения региональных каналов.</li> </ul>	<p>Локализация и распространение российского контента на зарубежных рынках.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Особенности построения сетей КТВ крупными телеком-операторами.</li> <li>Российские платформы для организации OTT/IPTV-сервиса.</li> <li>Гибридная модель предоставления ТВ-сервисов: технологические особенности платформ.</li> </ul>	<p>Спутниковые технологии для информатизации удаленных и труднодоступных регионов РФ.</p>	<p>Безопасность подключенных устройств Интернета вещей – новые вызовы.</p>	10 августа
№ 10 (288). Октябрь	<p>Подходы к пакетированию телеканалов операторами платного ТВ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Анализ пакетных предложений крупнейших операторов платного ТВ.</li> <li>Существует ли оптимальная модель пакетирования? Отличаются ли принципы пакетирования крупных и небольших операторов?</li> </ul>	<p>Какую стратегию пакетирования выбирают OTT-сервисы? Есть ли отличия в подходах в сравнении с кабельными провайдерами?</p>	<p>Как телекомпании подготовились к старту нового телесезона?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Требования к ТВ-приставкам со стороны операторов: востребованность новых функций (рекомендации, голосовое управление и других).</li> <li>Настоящее и будущее ТВ-приставок глазами разработчиков: какие функции актуальны сейчас, и что будет востребовано в ближайшем будущем?</li> </ul>	<p>Обзор мирового рынка пусковых услуг.</p>	<p>Домашняя сеть 5G: существующие кейсы, возможности технологии, варианты развертывания, предпочтения пользователей.</p>	10 сентября

№	Крупный план	Бизнес и практика	ТВ-контент	Техника и технологии	Спутники	Интернет вещей	Дедлайн по рекламе
№ 11 (289). Ноябрь	Ultra HD 4K: ситуация на российском и мировом рынке (по итогам конференции Digital TV & Video in Russia. 4K & HDR).	ВКС в 4K – спрос и предложения.	Подход операторов к включению 4K-каналов в свои пакеты.	Рынок 4K-устройств: статистика, тренды, технологии.	Главные итоги конференции SatComRus-2019.	LPWAN в России: обзор действующих сетей LoRa, «Стриж», «Вавиот» и проектов сотовых операторов по NB-IoT. Тарифы, возможности, прогнозы	10 октября
№ 12 (290). Декабрь	Основные задачи и проблемы операторов кабельного ТВ.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Интернет-вещание или кабельные сети: куда податься небольшой телекомпании?</li> <li>Итоги первого года массового включения второго мультиплекса.</li> </ul>	Кабельные операторы как производители контента.	За кулисами прямых трансляций в 4K: оборудование и ПО для систем оформления эфира.	Состояние и перспективы развития российских орбитальных группировок спутников связи и вещания.	Умные здания и умный офис – технологии автоматизации зданий и реализованные кейсы.	9 ноября

План содержит темы, которые будут освещены в конкретных номерах. Над ракурсом их подачи в публикациях, а также подробной концепцией каждого номера редакция работает в ежемесячном режиме.

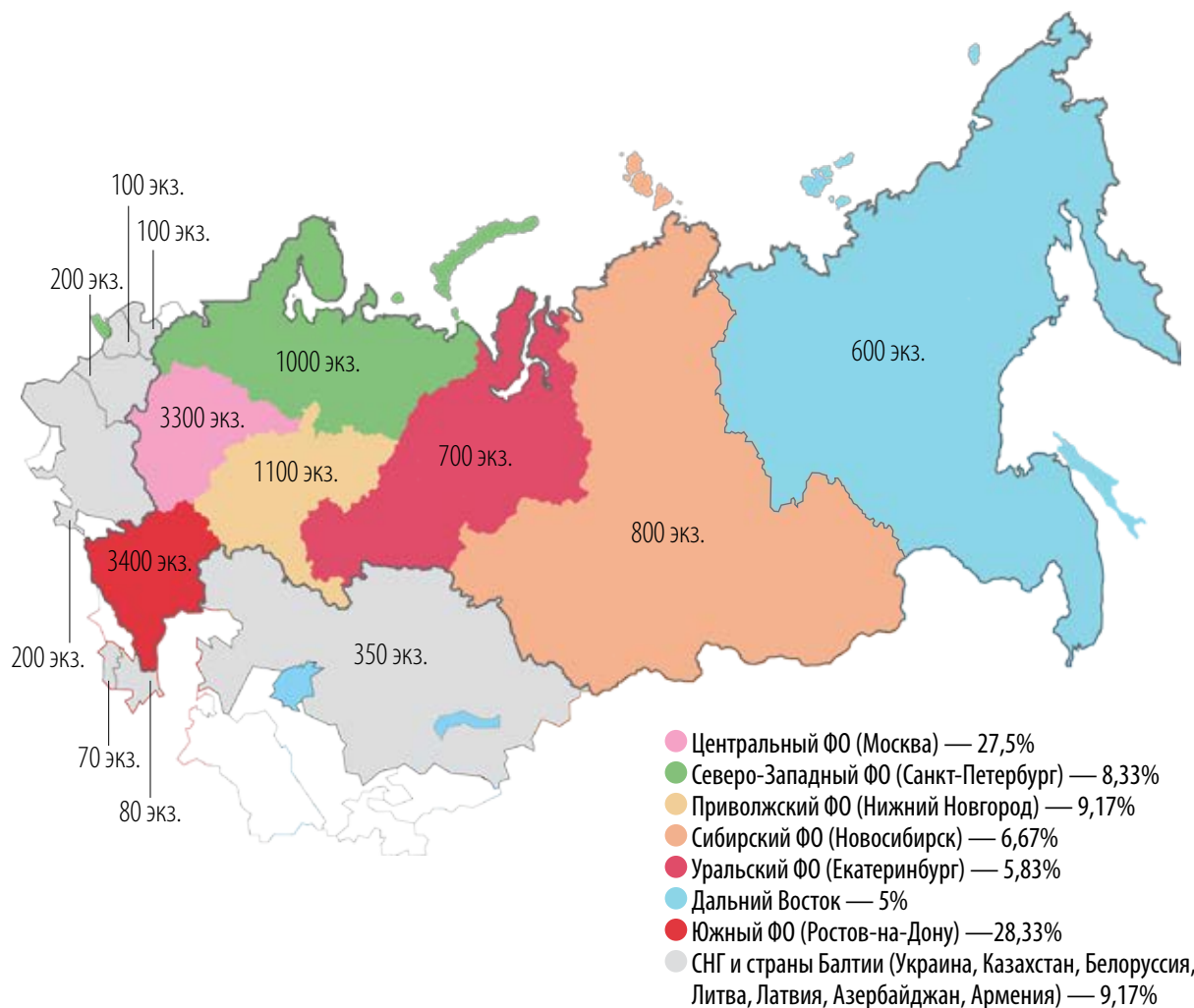
Редакция оставляет за собой право заменить или перенести любую тему из плана в случае, если она утратит актуальность.

Наряду с темами, зафиксированными в годовом плане, редакция в ежемесячном режиме может добавлять в каждый номер дополнительные материалы, посвященные актуальным рыночным событиям.



**7**  
федеральных  
округов

## Распространение тиража



**Ежемесячный тираж —  
12 000 экземпляров**

### Распространение журнала в республиках бывшего СССР

Россия — 10 900 экз.

Украина — 200 экз.

Литва — 100 экз.

Латвия — 100 экз.

Казахстан — 350 экз.

Белоруссия — 200 экз.

Азербайджан — 80 экз.

Армения — 70 экз.

### Журнал распространяется через:

- постоянных дилеров-распространителей — 70%
- по подписке — 15%
- целевое распространение на отраслевых выставках и конференциях — 15%

### Бесплатная рассылка

Производится бесплатная рассылка около 100 экземпляров на территории СНГ и 100 экземпляров по всему миру в фирмы, работающие в области кабельного и спутникового ТВ и телекоммуникаций, а также около 1000 экземпляров по кабельным операторам России, 120 экземпляров в отделениях ОРТПЦ и около 150 экземпляров в федеральные и региональные отделения Минкомсвязи.



## Расценки на рекламу в журнале «Теле-Спутник»

### ▲ Стандартные рекламные позиции

	Руб.
Разворот (2 полосы)	141600
1/1 стр	76700
1/2 стр	42480
1/3 стр	29500
1/4 стр	23600
1/8 стр	14160

Все цены указаны с учетом НДС 20%

### ▲ Специальные рекламные позиции

	Руб.
4-я стр обложки	115640
2-я и 3-я стр обложки	99120
3-я страница журнала	99120
Страница рядом с содержанием номера (5-я и 7-я стр.)	94400
Страница рядом с редакторской статьей (9-я стр.)	90860

Все цены указаны с учетом НДС 20%

### Скидки за повтор

3 публикации – 5%, 6 публикаций – 10%, 9 публикаций – 15%, 12 публикаций – 20%

### Дополнительные рекламные позиции

- Рекламная статья (1 стр.)\* – 47200 руб.
- Вклейка внутри журнала\* – 177000 руб.
- Портрет компании – 177000 руб.

\*общая система скидок не распространяется на данные позиции

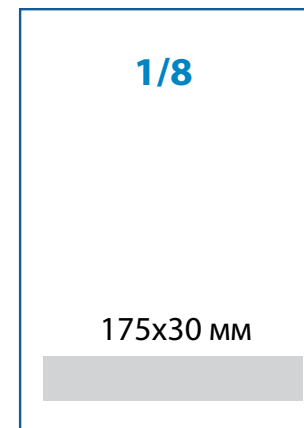
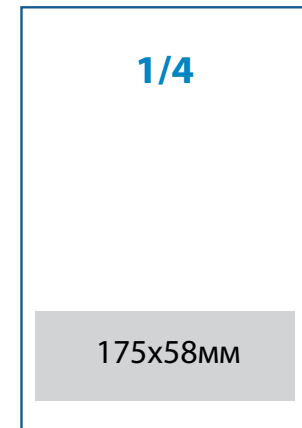
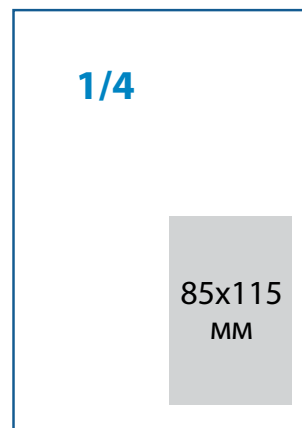
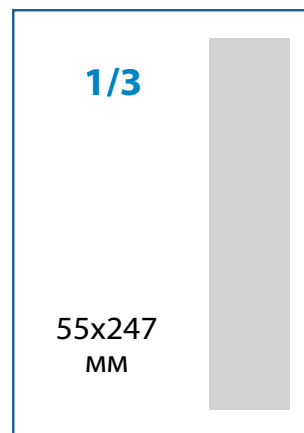
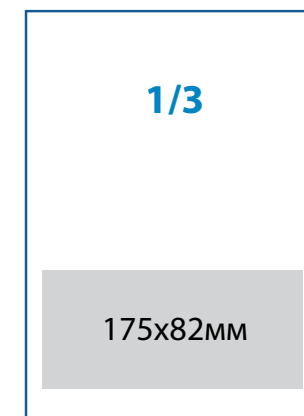
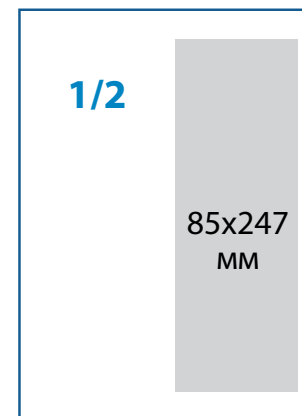
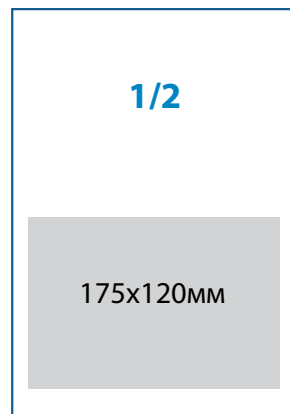
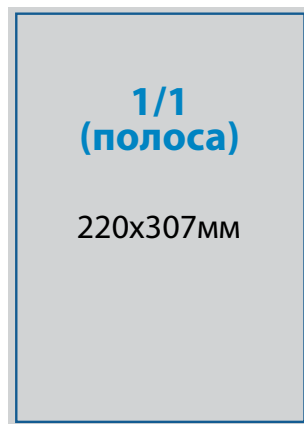
### Условия размещения

Базовая расценка с надбавкой 15% гарантирует размещение рекламного материала на строго оговоренной позиции в объеме журнала.

Публикация рекламных статей происходит по дополнительной предварительной договоренности. Максимальный объем рекламной статьи в номере – 3 страницы.

---

По вопросам размещения обращайтесь по тел.: +7 (812) 332-64-44  
Новоселов Алексей, [alex@telesputnik.ru](mailto:alex@telesputnik.ru)



При подготовке макета необходимо учитывать следующее:

Значимые элементы не должны располагаться ближе, чем на 10 мм к линии реза.

На первой и последней странице журнала и на страницах 2 и 3 обложки со стороны корешка рекомендуется оставить область для клея шириной 3 мм.



## Требования к рекламным макетам

Рекламные материалы принимаются в электронном виде. Обязательно предоставление распечатки оригинал-макета или композитного pdf файла. Файлы размером до 6 Мб могут предоставляться по электронной почте. Файлы большего размера должны быть предоставлены на CD или выложены на FTP. Можно использовать архиваторы (WINZIP).

**В макетах должна обязательно содержаться надпись либо «на правах рекламы», либо «реклама». Это требование закона «О рекламе».**

### Формат файла

Принимаются макеты в формате tif (без сжатия) или jpg (компрессия не меньше 8), все цвета должны быть в CMYK, разрешение не менее чем 300 dpi, рекомендуемое разрешение 350 dpi.

### Шрифты и линии

- тексты в используемых tif-файлах должны быть превращены в растры;
- размер шрифта одноцветных текстов должен быть не меньше чем 4 pt, двух- и многоцветных текстов – не меньше чем 8 pt;
- чёрные тексты всегда должны печататься над другими цветами (Overprint), кроме тех, размер которых превышает 12 pt;
- фон под белыми текстами всегда должен быть вырезан (Knockout);
- толщина одноцветных линий должна быть не меньше чем 0,25 pt, двух- и многоцветных – не меньше чем 5 pt.

### Цвета и цветовые пространства

- при подготовке файлов, цветовые профили для управления цвета могут использоваться только после предварительного согласования, при том ответственность за последствия их использования заказчик принимает на себя,
- в предоставляемых файлах должно использоваться только цветовое пространство CMYK. Использование RGB, Lab цвета и ICC-профилей не допускается,
- общее количество используемой краски не больше 320%
- растискивание (Dot Gain) устанавливается в зависимости от типа используемой печатной машины и сорта бумаги, среднее растискивание 20 %.
- для получения глубокого чёрного цвета используются следующие значения CMYK=[50,45,40,100].

### Специальные функции и эффекты

- итоговое изображение должно быть без дополнительных слоёв и масок;
- градиенты и маски в изображениях должны создаваться только средствами Adobe PhotoShop.

Рекламные материалы не возвращаются. Размещение рекламы в номере гарантируется при условии получения рекламных материалов и оплаты за 40 дней до публикации.

---

По вопросам размещения обращайтесь по тел.: +7 (812) 332-64-44  
Новоселов Алексей, [alex@telesputnik.ru](mailto:alex@telesputnik.ru)