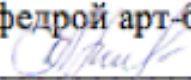


Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет социально-культурной деятельности и туризма  
Кафедра арт-бизнеса и рекламы


УТВЕРЖДАЮ  
Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы  
 А.В. Кудинова  
Протокол №1 от «26» августа 2016г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1. В. ДВ.2.1 МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ**

Направление подготовки –50.03.01 Искусства и гуманитарные науки  
Профиль подготовки – Технологии управления в сфере культуры  
Квалификация (степень) выпускника – академический бакалавр  
Форма обучения - очная, заочная

Составитель:  
Терещенко Л.В.,  
кандидат культурологии,  
доцент кафедры арт-бизнеса и  
рекламы

  
\_\_\_\_\_

Краснодар  
2016

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели** освоения дисциплины: Овладение теоретическими и прикладными основами медиапланирования для дальнейшего применения полученных знаний, умений и навыков в освоении дисциплин профессионального цикла и применения их в практической деятельности.

### **Задачи:**

Сформировать у студентов не только теоретические знания, но и придать им прикладной характер, обучить планированию использования различных информационных каналов в качестве носителей рекламы. Овладение основами методологии и методики медиапланирования в сфере культуры.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Медиапланирование в сфере культуры» относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1. Для ее освоения обучающимся необходимы знания по предшествующим дисциплинам: «Интегрированные коммуникации», «Основы маркетинга», «Реклама в сфере арт-бизнеса» и др. Данная дисциплина относится к дисциплинам, завершающим обучение.

## 3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки:

### **а) общепрофессиональных (ОПК)**

- способностью использовать основные положения и методы социальных и гуманитарных наук при решении социальных и профессиональных задач, анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОПК-4);

**б) профессиональных (ПК)** способностью работать в профессиональных коллективах, способностью обеспечивать работу данных коллективов соответствующими материалами при всех вышеперечисленных видах профессиональной деятельности (ПК-8);

- владением навыками участия в разработке и реализации различного типа проектов в образовательных и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

**Знать:** - специфику различных каналов массовой коммуникации; основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования; основные технологии медиапланирования; модели прогнозирования рейтинга.

**Уметь:** составлять медиаплан и выполнять оценку его эффективности; оценивать отбор носителей рекламы; проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок).

**Владеть:** навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными источниками медиапланирования; представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования; приемами и принципами составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах.

**Приобрести опыт деятельности:** разработки эффективного медиаплана для рекламной кампании в сфере культуры.

## 4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Дисциплина реализуется в 7 семестре. Форма промежуточной аттестации – зачет в 7 семестре.