

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 02.07.2021 13:16:45

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d7373af5daae090acbec83d71fc

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 № 15 от 16 июня 2017 г.

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.14 КОММУНИКАТИВИСТИКА И МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Направление подготовки – 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки – Реклама и визуальные коммуникации

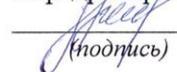
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

Составитель:

Доктор философских наук, профессор

кафедры арт-бизнеса и рекламы

 Морозов Сергей Александрович

(подпись) (Ф.И.О.)

Краснодар
2017

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Задачи:

- 1) Изучение теоретических аспектов и овладение практическими навыками анализа в области теории коммуникативистики;
- 2) Изучение теоретических аспектов и овладение практическими навыками анализа в области структуры, функции и типология социальных коммуникаций;
- 3) Изучение теоретических аспектов и овладение практическими навыками анализа в области анализа, создания и управления коммуникативными системами;
- 4) Овладение компетенциями в сфере коммуникативистики и медиапланирования и применение их в различных типах и видах практической устной, письменной и визуальной коммуникации;
- 5) Овладения основами методологии и методики медиапланирования.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Коммуникативистика и медиапланирование» относится к обязательным дисциплинам вариативной части цикла. Для ее освоения обучающимся необходимы знания по предшествующим дисциплинам: «Визуальная реклама», «Брендинг и проектирование потребительской культуры», «Менеджмент и маркетинг в визуальных коммуникациях». 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:

общепрофессиональных (ОПК):

- способность понимать специфику и статус различных видов искусств (музыка, живопись, хореография, изобразительное искусство, литература) в историко-культурном контексте (ОПК-1);
- способность анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

профессиональных (ПК):

- способность проводить под научным руководством локальные исследования на основе существующих методик в конкретной области искусств и гуманитарных наук (ПК-4);

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

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны:

Знать:

- законы и категории коммуникативистики;
- способы трансляции информации в коммуникационном пространстве; коммуникационные барьеры и способы их преодоления;
- механизмы формирования и изменения коммуникативной роли; понятие коммуникативной сферы, ее особенности;
- характеристики коммуникативной личности;
- содержание и средства различных видов коммуникации;
- прагматическую функцию речевой коммуникации;
- особенности креолизованных и визуальных коммуникаций;
- основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;
- основные технологии медиапланирования;
- модели прогнозирования рейтинга;
- технологии анализа эффективности медиа.

Уметь:

- обосновать выбор формы и виды вербальной и невербальной коммуникации;
- формировать и структурировать модели массовой коммуникации; различать типы, виды, формы и модели массовой коммуникации;
- обосновать цели коммуникатора в различных моделях коммуникации;
- составить медиаплан и выполнить оценку его эффективности; оценивать отбор носителей рекламы;
- проводить ситуационный анализ (товар, аудитория, рынок);
- уметь осуществлять контроль и анализировать эффективность медиаканалов.

Владеть:

- основами теории и практики коммуникативистики;
- навыками работы с данными измерения аудитории и другими информационными;
- представлениями о сущности и структуре основных документов медиапланирования;
- приемами и принципами составления медиапланов;
- способами контроля медиапродвижения объектов рекламирования;
- приемами определения эффективности медиапланов и медиакампаний.

Приобрести опыт деятельности: в планировании, разработке и практической реализации эффективного медиаплана для рекламной кампании.

4. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Дисциплина реализуется в 7-8 семестрах. Форма промежуточной аттестации – зачет в 7 семестре, экзамен – в 8 семестре.

