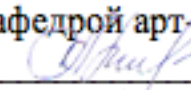


Министерство культуры Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«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.