

## RTU studiju kurss "Kultūras patēriņš un auditorijas izpēte"

22000 Inženierekonomikas un vadības fakultāte

**Vispārējā informācija**

Kods	LKA210
Nosaukums	Kultūras patēriņš un auditorijas izpēte
Studiju kursa statuss programmā	Obligātais/Ierobežotās izvēles
Atbildīgais mācībspēks	Deniss Šceulovs - Doktors, Profesors
Apjoms daļās un kredītpunktos	1 daļa, 3.0 kredītpunkti
Studiju kursa īstenošanas valodas	LV
Anotācija	Kursu docē LKA mācībspēks: prof. Anda Laķe Kursa ietvaros tiks raksturoti kultūras patēriņa paradumu veidošanās priekšnosacījumi dažādās sabiedrībās, teritoriālās kopienās un sociāli-demogrāfiskās grupās, kā arī citos kultūras auditorijas segmentos. Kultūras patēriņa tendences tiks analizētas sinerģijā ar auditorijas izpētes pieeju, metodoloģijas un metožu apguvi.
Mērķis un uzdevumi, izteikti kompetencēs un prasmēs	Studiju kursa mērķis ir radīt priekšstatu par kultūras patēriņa koncepta teorētisko pamatojumu un attīstīt zināšanas par kultūras patēriņa paradumu veidošanos dažādos auditorijas un klientu segmentos, kā arī attīstīt auditorijas izpētes prasmes un kompetenci adaptēt kultūras un mākslas produktu piedāvājumu atbilstoši konkrēta auditorijas segmenta kultūras vajadzībām.
Patstāvīgais darbs, tā organizācija un uzdevumi	Studiju kursa ietvaros tiek organizētas studentu grupas 3-4 cilvēku sastāvā, lai veiktu noteikta kultūras un radošo industriju produkta vajadzību un patēriņa izpēti. Studējošie sadarbojas ar konkrētu kultūras organizāciju/radošo industriju uzņēmumu, kurš īsteno šī produkta piedāvājumu. Patstāvīgo darbu grupā veic paralēli studiju kursa teorētisko zināšanu apguvi. Patstāvīgā darba ietvaros tiek analizēti sekundārie dati par studentu izvēlētajās organizācijas/ uzņēmuma produkta patēriņa tendencēm, veidots konstatētā auditorijas segmenta raksturojums, pētītas auditorijas vajadzības konkrētās organizācijas/uzņēmuma specifiskā produkta kontekstā.
Literatūra	1.Bamford, A., Wimmer, M., 2012. Audience building and the future. Creative Europe Programme. EENC Short Report. Pieejams: <a href="http://www.interarts.net/descargas/interarts2562.pdf">http://www.interarts.net/descargas/interarts2562.pdf</a> 2.European Audiences: 2020 and beyond. Conference conclusions. Pieejams: <a href="http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/conference-audience_en.pdf">http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/conference-audience_en.pdf</a> 3.Flowerdew, R. (2010). Geographic Analysis of Cultural Consumption. In Stillwell, J., Norman, P., Thomas, C. and Surridge, P. (Eds). Spatial and Social Disparities. London: Springer. 4. Klāsons, G., Tjarve, B., Spuriņš, U., Laķe, A. Kultūras auditorija Latvijā: situācija, procesi, tendences. Biedrība Culturelab, Rīgā, 2016. Pieejams: <a href="http://www.vkkf.lv/#2751">http://www.vkkf.lv/#2751</a> 5.Tally Katz-Gerro.Cultural consumption research: review of methodology, theory, and consequence. International Review of Sociology. Volume 14, 2004, Issue 1 6. Towse, R. (2012) A Textbook of-cultural-economics. Cambridge University Press 7. Warde, A. After taste: Culture, consumption and theories of practice. Journal of Consumer Culture. Volume 14, 2014, Issue 3
Nepieciešamās priekšzināšanas	–

**Studiju kursa saturs**

Saturs	Pilna un nepilna laika klātienē studijas		Nepilna laika neklātienē studijas	
	Kontakt stundas	Patstāv. darbs	Kontakt stundas	Patstāv. darbs
Patēriņš mūsdienu sabiedrībā.	2	2	1	3
Kultūra un patēriņš. Kultūras patēriņa teorētiskā un metodoloģiskā izpratne	2	2	1	3
Kultūras notikumi un mākslinieciskās jaunrades darbi kā produkti	2	2	1	3
Kultūras līdzdalības saikne ar kultūras patēriņu	2	2	1	3
Kultūras patēriņa pētījumi Latvijā	4	4	1	5
Kultūras auditorijas attīstības tendences globāli un lokāli. Kultūras patēriņš un sociālais statuss	4	4	2	6
Kultūras un mākslas organizāciju auditorijas piesaistes instrumenti: komunikācija un plašsaziņas līdzekļi, pētniecība, mārketinga kapacitātes stiprināšana, resursu un finansējuma piesaiste.	4	8	2	10
Dažādu mākslas sektoru auditorijas specifika.	4	6	2	8
Mērkauditorijas definēšanas teorija un prakse	2	4	2	4
Auditorijas izpētes metodes	4	8	2	10
Auditorijas izpētes rezultātu izmantošana kultūras piedāvājuma veidošanā	2	6	1	7
<b>Kopā:</b>	<b>32</b>	<b>48</b>	<b>16</b>	<b>62</b>

**Sasniedzamie studiju rezultāti un to vērtēšana**

Sasniedzamie studiju rezultāti	Rezultātu vērtēšanas metodes
--------------------------------	------------------------------

Spēj plānot konkrētas kultūras/mākslas organizācijas mērķauditorijas izpēti un izstrādāt jaunus auditorijas piesaistes instrumentus, integrējot un kombinējot teorētiskās un praktiskās zināšanas.	Grupas projekts. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj integrēt, kombinēt, apvienot dažādus mērķauditorijas piesaistes instrumentus. Balstoties uz grupas darba un diskusiju rezultātiem sintezēt jaunas idejas auditorijas piesaistei	Praktiskie darbi nodarbībās
Spēj atrast nepieciešamo informāciju par kultūras patēriņa tendencēm konkrētos auditorijas segmentos un to izvērtēt. Spēj izskaidrot šo informāciju un pasniegt to citiem.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Spēj noteikt konkrētam auditorijas segmentam piemērotākās izpētes metodes. Prot analizēt un diskutēt par dažādām inovatīvu metožu attīstīšanas problēmsituācijām Prot identificēt piemērotākās metodes un pielietot tos praksē.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Studenti pārzina kultūras patēriņa specifiku un iedzīvotāju kultūras vajadzību veidošanās galvenos priekšnosacījumus.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana nodarbībā.
Studenti prot izstrādāt produktu prototipus, veikt produktu ekonomisko izvērtēšanu, plānot mārketinga aktivitātes un pārdošanas apjomus. Studenti prot izstrādāt piedāvājumus potenciālajiem investoriem.	Individuālie vai grupas projekti. Iegūto rezultātu prezentēšana .

#### **Studiju rezultātu vērtēšanas kritēriji**

Kritērijs	% no kopējā vērtējuma
Lekciju un semināru apmeklējums	20
Grupu darbs	40
Tests	40
Kopā:	100

#### **Studiju kursa plānojums**

Daļa	KP	Stundas			Pārbaudījumi		
		Lekcijas	Prakt d.	Laborat	Ieskaite	Eksām.	Darbs
1.	3.0	1.0	1.0	0.0		*	