

LATVIJAS KULTŪRAS AKADEMIJAS  
LATVIJAS KULTŪRAS KOLEDŽA

**Kultūras menedžeru ar specializāciju  
MEDIJU PRODUCĒŠANĀ  
3. Prakses uzdevumi**

2.kursa 4.semestris - 4 kredītpunkti

Prakses norises laiks - 4 nedēļas.

Analizēt kultūras organizācijas darbību un realizētos projektus.

**UZDEVUMI SPECIALITĀTĒ:**

**Mērķis:** Iegūt vispārēju priekšstatu par projektu plānošanu un realizēšanu kultūras organizācijā, kā arī integrētās mārketinga komunikācijas instrumentu pielietošanu praksē.

**Uzdevumi:**

1. Izvērtēt prakses organizācijā īstenotos projektus, vienu no tiem analizēt detalizēti.
  1. Analizēt projekta komandas iekšējās komunikācijas efektivitāti.
  2. Raksturot projekta plānošanas metodes.
  3. Analizēt projekta finanšu avotus un to izlietojumu.
  4. Analizēt projektā/organizācijā izmantoto sponsoru piesaistes stratēģiju un metodes.
  5. Raksturot sadarbību ar sponsoriem (minot konkrētus piemērus) un sasniegtos rezultātus.
  6. Analizēt integrētās mārketinga komunikācijas metožu pielietojumu projektā.

**VISPĀRĒJIE UZDEVUMI SPECIALIZĀCIJĀ:**

1.Intervijas

1.1.Intervēt vienu no prakses izvēlētu profesionāli, interviju aprakstīt un pievienot prakses atskaitei.

1.2.Intervija ar nozares profesionāli pēc brīvas izvēles, interviju aprakstīt un pievienot prakses atskaitei.

2. Praksē paveiktais.

2.1. Aprakstīt konkrētus uzdevumus un paveikto praksē, uzskaitot konkrētus pienākumus un darbus.

3.Bildes.

3.1. Pievienot vismaz 5 gab. bildes, kur redzami praktikanta dalība prakses veikšanā vai no prakses vietas (vizuāls priekštats). Bildēm jābūt pašu bildētām (nedrīkst būt no i-neta).

4. 1. Mūsdienu/ šī brīža tendences nozarē/ izmaiņas procesos:

4.1. Prakses kontekstā

4.2. Latvijas / nozares kontekstā

4.3. Nozares izpēte/ Pirms gada/ Tagad.

#### **UZDEVUMI SPECIALIZĀCIJĀ:**

1. Piedalīties mediju projekta/ produkta izveides procesā, plānošanā un to praktiskā realizēšanā: mērķu un uzdevumu uzstādīšana, budžeta sastādīšana, mediju plāna izveide, vizuālā un tekstuālā materiāla izstrāde.
2. Analizēt mediju projekta/ produkta sabiedrisko attiecību un virtuālās vides aktivitāšu efektivitātes: atbilstību, mērķauditoriju, kreativitāti, profesionālītāti, apmeklējumu, atsauksmes.
3. Veikt analīzi mediju projekta/ produkta virtuālās vides aktivitāšu efektivitātes izvērtēšanā.

**Prakses uzdevumi un dokumentācija** (prakses nolikums, līgums, atskaites titullapa, raksturojuma veidlapa, uzdevumi, prakses vietu saraksts) ir pieejama elektroniskā formātā LKA LKK mājas lapā [www.kulturaskoledza.lv](http://www.kulturaskoledza.lv) sadaļā Prakses.

Saskaņā ar LKA LKK Prakses nolikumu **līgums** ar prakses vietu 3 eksemplāros jāiesniedz Studiju daļā (14.kabinets) **1 nedēļu pirms prakses sākuma**.

Darba prakses noslēgumā Studiju daļā (14.kabinets) jāiesniedz rakstiska atskaite par prakses uzdevumu izpildi (atskaites nodošanas termiņu skatīt LKA LKK mājas lapā [www.kulturaskoledza.lv](http://www.kulturaskoledza.lv) sadaļā Prakses-Aktualitātes).