Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.11.2026 16:23:50
Уникальный программный ключ:
9dc4f904b97d8bf18fd5ed4040135cc3d02568ad

Бюджетное образовательное учреждение высшего образования Чувашской Республики
«Чувашский государственный институт культуры и искусств» Министерства культуры,
по делам национальностей и архивного дела Чувашской Республики

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана факультета культуры
БОУ ВО «ЧГИКИ»
Минкультуры Чувашии
_____Илларионова Л.В.
«27» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Б1.В.02.02

# Реклама в социокультурной сфере

Б1.В.02 Организационно-управленческий модуль

Направление подготовки
**51.03.03 Социально-культурная деятельность**

Направленность (профиль)
**Менеджмент социально-культурной деятельности**

Уровень образования
**Высшее образование – бакалавриат**

Квалификация
**Бакалавр**

Форма обучения
**Очная**

Чебоксары
2026 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «06» декабря 2017 г. № 1179 и ОПОП ВО п направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 2 курса очной формы обучения направления подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленности (профиля) Менеджмент социально-культурной деятельности.

Программа одобрена на заседании кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности от «26» мая 2026 года, протокол № 12.

Подписи:

Автор  А.Г. Никандрова

Заведующий кафедрой социально-культурной
и библиотечной деятельности  Г.И. Андреев

**Содержание**

1. Цель и задачи дисциплины ..... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ..... 4
3. Требования к результатам освоения дисциплины ..... 4
4. Объем дисциплины и виды учебной работы ..... 7
5. Содержание дисциплины ..... 7
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий ..... 7
5.2. Содержание разделов дисциплины ..... 8
5.3. Тематика практических занятий ..... 9
5.4 Самостоятельная работа студентов ..... 9
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ..... 11
6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся ..... 11
6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине ..... 13
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся ..... 13
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра ..... 13
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины ..... 13
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) ..... 15
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины ..... 15

**1. Цель и задачи дисциплины**

Целью освоения дисциплины «Реклама в социокультурной сфере» является обучение студентов основам теории и практики рекламы.

Задачи:

– знакомство с историей развития отечественной рекламы;

– освоение студентами основных понятий, категорий и принципов рекламы, содержания и структуры процесса рекламной деятельности;

– овладение навыками создания и оценки рекламной продукции, планирования и разработки рекламных акций;

– приобретение знаний о рекламной деятельности в социально-культурной сфере.

**2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Реклама в социокультурной сфере» является дисциплиной организационно-управленческого модуля, части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, направленности (профиля) Менеджмент социально-культурной деятельности, очной формы обучения (Б1.В.02.02 Реклама в социокультурной сфере). Изучается в 3 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Педагогика и психология, Русский язык и культура речи.

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин Менеджмент социально-культурной деятельности (УК-9, ОПК-2, ПКО-4, ПКО-6), Маркетинг социально-культурной деятельности (УК-9, УК-10, ОПК-2, ПКО-4, ПКО-5), Связи с общественностью и основы журналистики (УК-1, УК-4, УК-5, УК-6).

**3.Требования к результатам освоения дисциплины**

Освоение данной дисциплины нацелено на освоение следующих образовательных результатов (ОР):

| Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине | Образовательные результаты (этапы формирования компетенции) | | |
|---|---|---|---|
| | теоретический *знает* | модельный *умеет* | практический *владеет* |
| Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2)<br><br>ИУК-2.1. Формулирует задачи в соответствии с целью проекта.<br>ИУК-2.2. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в сфере реализации | основные понятия общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового, жилищного, семейного, уголовного права; принципы и методы правового регулирования общественных отношений; основы конституционного строя РФ, конституционные права и свободы человека и гражданина, нормативно-правовую базу государственной политики в сфере культуры, в сфере противодействия | самостоятельно ориентироваться в составе законодательства РФ, в том числе с использованием сервисных возможностей соответствующих информационных (справочных правовых) систем; анализировать и обобщать информацию о приоритетных направлениях развития социально-культурной сферы | основными понятиями общей теории государства и права, а также российского конституционного, административного, гражданского, трудового, жилищного, семейного, уголовного права |

| | | | |
|---|---|---|---|
| проекта.<br>ИУК-2.3.<br>Демонстрирует умение определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта.<br>ИУК-2.4.<br>Аргументировано отбирает и реализует различные способы решения задач в рамках цели проекта. | терроризму | | |
| Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4)<br><br>ИУК-4.1.<br>Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном языке РФ и иностранном языке.<br>ИУК-4.2.<br>Демонстрирует умение вести деловые отношения на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей.<br>ИУК-4.3.<br>Находит, воспринимает и использует информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач.<br>ИУК-4.4.<br>Создает на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты реферативного характера. | основы деловой коммуникации, особенности ее осуществления в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); основные типы норм современного русского литературного языка; особенности современных коммуникативно-прагматичных правил и этики речевого общения; правила делового этикета и приемы совершенствования голосоречевой техники; основные механизмы и методы формирования имиджа делового человека. | осуществлять деловые коммуникации, в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); оценивать степень эффективности общения, определяя причины коммуникативных удач и неудач; выявлять и устранять собственные речевые ошибки; строить выступление в соответствии с замыслом речи, свободно держаться перед аудиторией, осуществлять обратную связь с нею; анализировать цели и задачи процесса общения в различных ситуациях профессиональной жизни. | навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном(ых) языке(ах); способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; иностранным(ми) языком(ами) для реализации профессиональной деятельности и в ситуациях повседневного общения. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9)<br><br>ИУК-9.1.<br>Владеет теоретико методологическими основами экономических знаний для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности.<br>ИУК-9.2.<br>Обосновывает принимаемые экономические решения в различных областях жизнедеятельности с учетом сложившейся ситуации.<br>ИУК-9.3.<br>Обладает навыками принятия экономических и финансовых решений на основе анализа производственных показателей. | экономические термины; категории экономических ресурсов; виды затрат; показатели финансовых результатов экономической деятельности; показатели эффективности использования экономических ресурсов | планировать экономические ресурсы; рассчитывать издержки для обоснования экономических решений; рассчитывать показатели результативности принимаемых экономических решений | навыками анализа результатов экономических расчетов; навыками формулировки соответствующих выводов; навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений |
| Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10)<br><br>ИУК-10.1.<br>Определяет признаки и формы коррупционного поведения.<br>ИУК-10.2.<br>Выявляет и оценивает коррупционное поведение.<br>ИУК-10.3.<br>Демонстрирует навыки определения деятельности по выявлению, оценки, предупреждению, пресечению и противодействию коррупционного поведения. | признаки и формы коррупционного поведения; виды, содержание и механизмы деятельности по выявлению, оценки, предупреждению пресечению и противодействию коррупционного поведения | определять, выявлять и оценивать факторы, создающие возможности совершения коррупционных действий и (или) принятия коррупционных решений; определять перечень мер, направленных на предупреждение, профилактику, пресечение и противодействие коррупционных правонарушений. | навыками определения, выявления и оценки признаков коррупционного поведения; навыками определения основных направлений, организационно правовых видов и форм выявления, оценки, предупреждения, пресечения и предотвращения коррупционного поведения. |

## 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

| Номер семестра | Учебные занятия | | | | Консультации | Самостоятельная работа, час | Форма промежуточной аттестации, час |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Всего | | Лекции, час | Практические занятия, час | | | |
| | Трудоемкость | | | | | | |
| | Зачетные единицы | Часы | | | | | |
| 3 | 3 | 108 | 12 | 20 | 10 | 30 | экзамен, 36 |
| Итого | 3 | 108 | 12 | 20 | 10 | 30 | экзамен, 36 |

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Разделы дисциплин и виды занятий

| № раздела | Наименование раздела | Всего, (час) | Количество часов по формам организации обучения | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Лекционные занятия | Практические занятия | Консультация | Самостоятельная работа |
| 1 | Реклама в социокультурном пространстве | 9 | 1 | 2 | - | 6 |
| 2 | История возникновения и развития рекламы | 11 | 1 | 2 | - | 8 |
| 3 | Реклама в системе маркетинговых коммуникаций | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 4 | Средства распространения рекламы | 11 | 1 | 2 | - | 8 |
| 5 | Рекламная кампания | 11 | 1 | 2 | - | 8 |
| 6 | Формирование рекламного сообщения | 12 | 2 | 2 | - | 8 |
| 7 | Регулирование рекламной деятельности | 14 | 2 | 4 | - | 8 |
| 8 | Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика | 28 | 2 | 4 | 10 | 12 |
| | ИТОГО | 108 | 12 | 20 | 10 | 66 |

**5.2. Содержание разделов дисциплины**

**Раздел 1. Реклама в социокультурном пространстве**

Виды рекламы. Участники рекламного процесса. Реклама в контексте культуры.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 2. История возникновения и развития рекламы**

История зарубежной рекламы. Устная и изобразительная реклама на Руси. Развитие печатной рекламы в России. Российская изобразительная реклама на рубеже XIX-XX веков. Советский период развития отечественной рекламы. Развитие рекламы в России в конце XX начале XXI вв. Современные тенденции развития рекламы.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 3. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций**

Теория коммуникации, применимая к рекламе. Система маркетинговых коммуникаций (СМК) и ее составляющие. Стимулирование сбыта. Прямой маркетинг и Паблик рилейшенз.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 4. Средства распространения рекламы**

Рекламные средства и их классификация. Характеристики основных рекламных средств.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 5. Рекламная кампания**

Имидж и фирменный стиль. Рекламная кампания и её виды. Работа рекламного агентства. Рекламные исследования.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 6. Формирование рекламного сообщения**

Вербальные составляющие рекламного текста. Маркетинговая информация в рекламном тексте. Лексика рекламы. Приемы речевого воздействия в рекламе.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 7. Регулирование рекламной деятельности**

Правовое обеспечение рекламной деятельности.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

**Раздел 8. Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика**

Маркетинговые коммуникации учреждений культуры. Специфика рекламы в сфере культуры. Средства рекламирования в СКС. Организация рекламной деятельности в СКС.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией.

### 5.3. Тематика практических занятий

| Название раздела | Тематика практических занятий | Трудоемкость, часы |
|---|---|---|
| Реклама в социокультурном пространстве | Рассматриваемые вопросы:<br>Виды рекламы<br>Участники рекламного процесса<br>Реклама в контексте культуры | 2 |
| История возникновения и развития рекламы | Рассматриваемые вопросы:<br>История зарубежной рекламы<br>Устная и изобразительная реклама на Руси<br>Развитие печатной рекламы в России<br>Ресурсное обеспечение деятельности в сфере культуры и искусства<br>Российская изобразительная реклама на рубеже XIX-XX веков<br>Советский период развития отечественной рекламы<br>Развитие рекламы в России в конце XX начале XXI вв.<br>Современные тенденции развития рекламы | 2 |
| Реклама в системе маркетинговых коммуникаций | Рассматриваемые вопросы:<br>Теория коммуникации, применимая к рекламе<br>Система маркетинговых коммуникаций (СМК) и ее составляющие<br>Стимулирование сбыта<br>Прямой маркетинг и Паблик рилейшенз<br>Реклама – основное средство СМК<br>Процесс рекламной деятельности | 2 |
| Средства распространения рекламы | Рассматриваемые вопросы:<br>Рекламные средства и их классификация<br>Характеристики основных рекламных средств | 2 |
| Рекламная кампания | Рассматриваемые вопросы:<br>Имидж и фирменный стиль<br>Рекламные исследования | 2 |
| Формирование рекламного сообщения | Рассматриваемые вопросы:<br>Вербальные составляющие рекламного текста<br>Маркетинговая информация в рекламном тексте<br>Лексика рекламы<br>Приемы речевого воздействия в рекламе | 2 |
| Регулирование рекламной деятельности | Правовое обеспечение рекламной деятельности | 4 |
| Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика | Рассматриваемые вопросы:<br>Маркетинговые коммуникации учреждений культуры<br>Специфика рекламы в сфере культуры<br>Средства рекламирования в СКС<br>Организация рекламной деятельности в СКС | 4 |
| ИТОГО | | 20 |

### 5.4. Самостоятельная работа студентов

| № п/п | Содержание раздела | Виды СРС | | Объем (час.) | Формы контроля* |
|---|---|---|---|---|---|
| | | обязательные | дополнительные | | |
| 1 | Реклама в социокультурном пространстве | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 6 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 2 | История возникновения и развития рекламы | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 3 | Реклама в системе маркетинговых коммуникаций | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 4 | Средства распространения рекламы | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 5 | Рекламная кампания | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 6 | Формирование рекламного сообщения | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 7 | Регулирование рекламной деятельности | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 8 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| 8 | Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика | Изучение материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним. | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе | 12 | Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование |
| | ИТОГО: | | | 66 | |

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения тестовых заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой тестовых материалов.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

– подготовки к устным докладам (мини-выступлениям) с презентациями;

– изучения материалов лекций и рекомендуемой литературы к ним.

***Содержание и порядок выступлений, обучающихся на практических занятиях***

Каждый студент самостоятельно или в группе готовит учебную мультимедийную презентацию к каждому практическому занятию, выбрав тот или иной из предложенных выше вопросов и ориентируясь на особенности составления мультимедийных презентаций:

а) структура мультимедийной презентации:

– титульный лист;

– содержание (изложение учебного материала) в виде текстовой, графической информации, аудио и видеоматериалов;

– система самоконтроля и самопроверки;

– словарь терминов;

– использованные источники с краткой аннотацией.

б) требования к мультимедийной презентации:

– объем – не менее 15 слайдов;

– шрифт текста - не менее 16 пт.;

– текст должен занимать не более 1/4 всего объема презентации;

– презентация должна иметь музыкальное сопровождение.

в) требования к выступлению:

– время выступления – не более 15 – 20 минут;

– не следует помещать весь текст выступления на слайдах презентации (они должны иллюстрировать презентуемую информацию);

– выступающий должен демонстрировать свободу и глубину владения представляемым материалом; умение уверенно излагать его языком, доступным для понимания.

## 6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции

### 6.1. Краткая характеристика процедуры реализации текущего и промежуточного контроля для оценки компетенций обучающихся

| № п/п | Наименование оценочного средства | Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций | Представление оценочного средства в фонде |
|---|---|---|---|
| 1. | Контрольная работа №1 | Контрольная работа выполняется в форме письменного тестирования по теоретическим вопросам курса. Регламент – 1-1.5 минуты на один вопрос. | Тестовые задания |
| 2. | Выступление с презентацией | В процессе самостоятельной подготовки к выступлению студент готовит доклад и презентацию. Доклад - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской или научной темы. Тематика докладов выдается на первых семинарских занятиях, студент готовится к каждому практическому занятию, осуществляя выбор того или иного вопроса внутри темы. Студент может осуществлять | Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с презентациями на практических занятиях) |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | подготовку к практическому занятию самостоятельно или в микрогруппе. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. При подготовке студентом изучаются разнообразные источники (литература, видеофильмы, научно-популярные программы и пр.), на основе которых составляется текст доклада и презентация к выступлению.<br>На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 15-20 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы. | |
| 3. | Контрольная работа № 2 | Контрольная работа выполняется в форме письменного тестирования по теоретическим вопросам курса. Регламент – 1-1.5 минуты на один вопрос. | Тестовые задания |
| 4. | Реферат | Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат — краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос — что содержится в данной публикации (публикациях). Однако реферат — не механический пересказ работы, а изложение ее существа. В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем.<br>В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена. | Примерные темы рефератов |
| 5. | Экзамен в форме устного собеседования по вопросам | Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценки учитывается уровень приобретенных компетенций студента. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практико-ориентированными заданиями. | Комплект примерных вопросов к экзамену |

В конце изучения дисциплины подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях, путем суммирования заработанных в течение семестра баллов.

### 6.2. Критерии оценивания знаний, обучающихся по дисциплине
### 3 семестр

| № п/п | Вид деятельности | Максимальное количество баллов за занятие | Максимальное количество баллов по дисциплине |
|---|---|---|---|
| 1 | Посещение лекций | 1 | 9 |
| 2 | Посещение практических занятий | 1 | 15 |
| 3 | Работа на практических занятиях | 212 | 212 |
| 4 | Экзамен | 64 | 64 |
| 5 | Зачет | - | - |
| ИТОГО: | 3 зачетные единицы | - | 300 |

### 6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

| Семестр | | Посещение лекций | Посещение практических занятий | Работа на практических занятиях | Экзамен |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 семестр | Разбалловка по видам работ | 9 х 1= 9 баллов | 15 х 1=15 баллов | 212 балла | 64 балла |
| | Суммарный макс. балл | 9 баллов max | 15 баллов max | 212 балла max | 64 балла max |
| | ИТОГО | | | | 300 баллов |
| | ИТОГО | | | | 300 баллов |

### 6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Реклама в социокультурной сфере», трудоёмкость которой составляет 3 ЗЕ (3 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

| Оценка | Баллы (3 ЗЕ) |
|---|---|
| «отлично» | 271-300 |
| «хорошо» | 211-270 |
| «удовлетворительно» | 151-210 |
| «неудовлетворительно» | 150 и менее |

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Основная литература

1. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2025. – 184 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. – URL: https://urait.ru/bcode/559516.

2. Ульяновский, А. В. Реклама в сфере культуры : учебное пособие / А. В. Ульяновский. – 3-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2022. – 516 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/197107.

### Дополнительная литература

1. Бочкарева, Э. Э. Функции рекламы в сфере культуры и искусства / Э. Э. Бочкарева // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 4. – С. 222-225.

2. Карягина, А. В. Реклама и рекламная деятельность в культурно-информационном пространстве: обеспечение прав человека и общества / А. В. Карягина // Культура: управление, экономика, право. – 2012. – № 1. – С. 14-16.

3. Мицкевич, Ю. В. Разработка рекламных обращений социокультурной направленности с использованием манипулятивных приёмов / Ю. В. Мицкевич // Культура и искусство: традиции и современность : сборник научных статей по итогам IX Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 25 февраля 2021 г.). – Чебоксары, 2021. – С. 278-281. – Текст : электронный // Электронная библиотека ЧГИКИ. – URL: https://host.megaprolib.net/MP0105/Download/MObject/3826.

4. Мицкевич, Ю. В. Реклама в сфере культуры : учебно-методическое пособие / Ю. В. Мицкевич. – Минск : БГУКИ, 2019. – 104 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/176010.

5. Новаторов, В. Е. Скрытая реклама в практике социально-культурной деятельности / В. Е. Новаторов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2015. – № 3. – С. 118-125.

6. Панина, Л. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : электронное учебное пособие / Л. С. Панина. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. – 158 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63839.

7. Чернышева, Т. Л. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Т. Л. Чернышева. – 2-е изд. – Новосибирск : НГТУ, 2017. – 92 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/118379.

8. Черняк, Е. Ф. Рекламно-презентационная деятельность в праздничных формах культуры : курс лекций по направлению подготовки 51.03.05 «Режиссура театрализованных представлений и праздников» : учебник для вузов / Е. Ф. Черняк. – Кемерово : КемГИК, 2019. – 160 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/156966.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

Интернет-ресурсы

| № п/п | Наименование дисциплины | Ссылка на информационный ресурс | Наименование разработки в электронной форме | Доступность |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Реклама в социокультурной сфере | https://studopedia.ru/ | studopedia.ru | Свободный доступ |

**Электронные библиотечные системы (ЭБС), с которыми сотрудничает БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии**

| № | Название ЭБС | №, дата договора | Срок использования | Количество пользователей |
|---|---|---|---|---|
| 1. | ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/) | лицензионный договор № 178034 от 12.01.2026 г.<br><br>договор № ВКР 28/01-2026 на оказание услуг от 28.01.2026 г. | с 15.02.2026 по 14.02.2027 | 100% |
| 2. | ЭБС Юрайт (https://urait.ru) | лицензионный договор № 7645 от 23.01.2026 г. | с 29.02.2026 по 28.02.2027 | 100% |
| 3. | ЭБС «Профи-Либ» (http://biblio.profy-lib.ru/) | договор № В02510 оказания услуг от 12.01.2026 г. | с 05.02.2026 по 04.02.2028 | 50% |

**8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удается осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости студент может обращаться к преподавателю за консультацией.

Подготовка к **практическим занятиям**.

При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников, видеофильмов, научно-популярных программ). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Готовясь к консультации, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Подготовка к практическому занятию должна включать в себя:

1) подбор литературы по выбранной теме;
2) классификацию материала;
3) разработку выбранной самим студентом интерактивной формы работы;
4) подготовку к самостоятельному изложению материала на занятии.

При работе над темами, определенными для самостоятельного изучения, необходимо:

1) подобрать и изучить литературу по теме, а также дополнительный материал;
2) законспектировать основные положения;
3) подготовить презентацию;
4) подготовиться к устному раскрытию темы.

Результаты работы на практических занятиях оцениваются в баллах в соответствии с балльно-рейтинговой системой.

**9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

| Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом | Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья |
|---|---|---|---|
| Реклама в социокультурной сфере | Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной | Магнитно-маркерная доска – 1шт., столы ученические (одинарные) – 13 шт., стулья ученические – 12 шт., стул с мягкой обивкой – 1 шт., наушники – 1 шт., компьютер с выходом в «Интернет» – 2 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации. | * для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично;<br>* для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;<br>* для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | аттестации (125) | Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г.<br>Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader | |
| | Помещение для самостоятельной работы (122) | Персональный компьютер с выходом в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации – 2 шт., учебная мебель, стол – 2 шт., стулья ученические – 13 шт.<br>Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г.<br>Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader | * для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично;<br>* для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;<br>* для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено |

**ЛИСТ**
**согласования рабочей программы**

Направление подготовки: 51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль): Менеджмент социально-культурной деятельности

Дисциплина: Реклама в социокультурной сфере

Форма обучения: очная

Учебный год: 2026-2027

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры социально-культурной и библиотечной деятельности, протокол № 12 от «26» мая 2026 г.

| | | | |
|---|---|---|---|
| Ответственный исполнитель<br>заведующий кафедрой СКБД | | Андреев Г.И. | 27.05.2026 |
| должность | | расшифровка подписи | дата |
| Исполнитель:<br>ст. преподаватель кафедры СКБД | | Никандрова А.Г. | 27.05.2026 |
| должность | подпись | расшифровка подписи | дата |

СОГЛАСОВАНО:

| | | | |
|---|---|---|---|
| И.о. декана факультета культуры | | Илларионова Л.В. | 27.05.2026 |
| *наименование факультета* | *личная подпись* | *расшифровка подписи* | *дата* |
| Заведующий научной библиотекой | | Илларионова О.В. | 27.05.2026 |
| | *личная подпись* | *расшифровка подписи* | *дата* |
| Представитель УМО | | Федорова Н.К. | 27.05.2026 |
| | *личная подпись* | *расшифровка подписи* | *дата* |

# Лист регистрации изменений

| Номера страниц | | | | Номер и дата документа об изменении | Должностное лицо, вводившее изменения | | Дата ввода изменений | Срок введения изменения |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| измененных | замененных | новых | аннулированных | | Ф.И.О., должность | подпись | | |
| | | | | | | | | |