Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баскакова Наталья Ивановна
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.11.2026 16:25:22
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.О.06.03

Маркетинг социально-культурной деятельности

Б1.О.06 Модуль теории и методики организации социально-культурной деятельности

Направление подготовки
51.03.03 Социально-культурная деятельность

Направленность (профиль)
Менеджмент социально-культурной деятельности

Уровень образования
Высшее образование – бакалавриат

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

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 по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность.

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов 5 курса заочной 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 г., протокол № 12.

Подписи:

Автор  Д.В. Вереялова

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 8
5. Содержание дисциплины 8
5.1. Разделы дисциплин и виды занятий 8
5.2. Содержание разделов дисциплины 8
5.3. Тематика практических занятий 9
5.4 Самостоятельная работа студентов 10
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 12
6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся 12
6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра 12
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 13
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 14
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины 15

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Маркетинг социально-культурной деятельности» является ознакомление студентов с базовыми концепциями и комплексом маркетинга, изучение специфики маркетинга социально-культурной деятельности. Практическая значимость курса определяется необходимостью адаптации учреждений культуры к изменениям информационных потребностей и требований к ним.

Задачи:

– развитие у студентов навыков работы с нормативными документами, умение ориентироваться в литературе по маркетингу, создание представлений о стратегии и тактике бизнеса в сфере культуры и искусства;

– изучение и освоение принципов маркетинговых исследований;

– освоение круга проблем, связанных со взаимоотношениями учреждения культуры с внешней средой посредством ее изучения.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг социально-культурной деятельности» является дисциплиной модуля теории и методики организации социально-культурной деятельности обязательной части 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, заочной формы обучения (Б1.О.06.03. Маркетинг социально-культурной деятельности). Изучается в 9 семестре.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках ряда дисциплин учебного плана, изученных обучающимися в предыдущих семестрах: Деловое общение, Введение в научно-исследовательскую работу, Делопроизводство и документоведение, Технологические основы социально-культурной деятельности,

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин Основы культурной политики Российской Федерации (УК-9, УК-10, ОПК-4, ПКО-5), Продюсирование в сфере культуры (УК-9, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ПКО-1, ПКО-2, ПКО-4, ПКО-5, ПКО-7, ПКО-8), Арт-менеджмент (ПКР-1, ПКР-3, ПКР-4, ПКР-5), Рекреология (ПКР-2, ПКР-3, ПКР-5).

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 принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности (УК-9) ИУК-9.1. Владеет теоретико методологическими основами экономических знаний для принятия решений в различных сферах жизнедеятельности.	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

ИУК-9.2. Обосновывает принимаемые экономические решения в различных областях жизнедеятельности с учетом сложившейся ситуации. ИУК-9.3. Обладает навыками принятия экономических и финансовых решений на основе анализа производственных показателей.			
Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению (УК-10) ИУК-10.1. Определяет признаки и формы коррупционного поведения. ИУК-10.2. Выявляет и оценивает коррупционное поведение. ИУК-10.3. 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.
Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-2) ИОПК-2.1. Использует соответствующие содержанию профессиональных задач современные цифровые информационные технологии, основываясь на	основы использования современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности	использовать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности	способностью использовать современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности

принципах их работы. ИОПК-2.2. Понимает принципы работы современных цифровых информационных технологий, соответствующих содержанию профессиональных задач.			
Способен к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности (ПКО-4) ИПКО-4.1. Обеспечивает организацию планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, применяя технологии маркетинговых исследований, методы регламентирующие деятельность учреждений социокультурной сферы в соответствии с нормативно-правовыми требованиями. ИПКО-4.2. Обеспечивает организацию деятельности учреждений культуры, принятие обоснованных управленческих решений по преодолению проблемных ситуаций на основе действующих отечественных и международных правовых документов, при решении задач профессиональной деятельности. ИПКО-4.3. Методами менеджмента профессиональной деятельности и в соответствии с	общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры	осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры	современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры

технологиями, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры, обеспечивает творческо-производственный процесс в социокультурной сфере.			
Готов к выявлению и изучению культурных потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности, определению основных тенденции её развития; осуществлять прикладные научные исследования социально культурной деятельности и делать на этой основе продуктивные прогнозы, принимать правильные управленческие решения (ПКО-5) ИПКО-5.1. Определяет методику и методологию, технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурного процесса. ИПКО-5.2. Оценивает основные тенденции социально-культурного и духовного развития общества с целью изучения культурных потребностей населения. ИПКО-5.3. Выстраивает методы диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества для успешного прогнозирования и оптимального	методологию и методику прикладного научного исследования; технологии изучения потребностей и запросов участников социально-культурной деятельности	выявлять основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества; изучать культурные потребности участников социально-культурной деятельности с помощью различных методов	методикой исследования, диагностики и оценки социально-культурной деятельности, основных тенденций социального, культурного и духовного развития общества, выявления изменений на рынке социокультурных услуг для успешного прогнозирования и принятия управленческих решений

принятия управленческих решений.			

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Контроль, час	Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час			
	Трудоемкость						
	Зачетные единицы	Часы					
9	3	108	4	10	4	90	зачет
Итого	3	108	4	10	4	90	зачет

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	Контроль	Самостоятельная работа
1	Основные понятия и категории, социально-экономическая сущность и содержание маркетинга в социально-культурной сфере	26	2	2	-	22
2	Система маркетинговой информации	26	2	2	-	22
3	Выявление маркетинговых возможностей	26	-	2	-	24
4	Планирование маркетинга	30	-	4	4	22
	ИТОГО	108	4	10	4	90

5.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основные понятия и категории, социально-экономическая сущность и содержание маркетинга в социально-культурной сфере

Тема 1. Основные понятия и категории маркетинга.

Тема 2. Социально-экономическая сущность маркетинга.

Тема 3. Культура как коммерческая производственная отрасль.

Тема 4. Специфика маркетинга услуг.

Тема 5. Понятие продукции в СКС. Услуги УК.

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

Раздел 2. Система маркетинговой информации.

Тема 6. Маркетинговая информация как основное средство анализа рыночных возможностей.

Тема 7. Маркетинговые исследования в сфере культуры: этапы проведения, методы и средства.

Интерактивные формы: лекция-беседа, доклад с мультимедийной презентацией

Раздел 3. Выявление маркетинговых возможностей.

Тема 8. Маркетинговая среда СКС

Тема 9. Сегментирование потребительского рынка.

Тема 10. Принципы сегментирования в СКС

Тема 11. Решения товарной политики в социально-культурной сфере

Интерактивные формы: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

Раздел 4. Планирование маркетинга.

Тема 12. Оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции.

Тема 13. Разработка новой продукции. Разработка маркетингового проекта услуги в СКС.

Тема 14. Характеристика средств СТИС: рекламы, пропаганды, личной продажи и мероприятий по СТИС в сфере культуры

Тема 15. Организация и контроль маркетинговой деятельности

Интерактивные формы: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Основные понятия и категории, социально-экономическая сущность и содержание маркетинга в социально-культурной сфере	Рассматриваемые задания: Разработка маркетингового проекта в СКС. Работа представляет собой маркетинговый проект одной из услуг в СКС. Объем работы не имеет ограничений, т. к. зависит от тематики и индивидуальных особенностей проекта.	2
Система маркетинговой информации	Рассматриваемые задания: Разработка комплекса маркетинга. Разработка услуги (марка, дополнительные услуги, ассортимент и т. д.). По каждому пункту следует составить подробный отчет. Выбор оптимального сочетания различных маркетинговых инструментов существенно зависит от особенностей жизненного цикла товара. По многим продуктам жизненный цикл может значительно отличаться от стандартного из–за сезонности, моды, смены увлечений и т. п. Желательно предусмотреть возможность повторного жизненного цикла товара.	2
Выявление маркетинговых возможностей	Рассматриваемые задания: Планирование и реализация маркетинговых программ По данному разделу нужно предоставить развернутый план, включающий: 1) стратегию маркетинга; 2) план маркетинга; 3) контроль маркетинга.	2
Планирование маркетинга	Рассматриваемые задания: Организация службы маркетинга Фирма может иметь специальную службу (отдел) маркетинга или ограничиться одним специалистом, ответственным за маркетинговую деятельность. Следует обосновать свое решение. При необходимости целесообразно предоставить схему организационной структуры службы (отдела) маркетинга.	4
ИТОГО		10

5.4. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час.)	Формы контроля*
		обязательные	дополнительные		
1	Основные понятия и категории, социально-экономическая сущность и содержание маркетинга в социально-культурной сфере	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к презентации, изучение дополнительной литературы по теме	22	Устный опрос, доклад
2	Система маркетинговой информации	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к презентации, реферирование, изучение дополнительной литературы по теме	22	Письменный опрос, доклад
3	Выявление маркетинговых возможностей	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к презентации, изучение дополнительной литературы по теме	24	Устный опрос, доклад
4	Планирование маркетинга	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к презентации, изучение дополнительной литературы по теме	26	Реферат
	ИТОГО:			94	

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 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. На подготовку дается одна-две недели. Регламент – 15-20 мин. на выступление. В оценивании результатов преподавателем принимают участие студенты группы.	Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися (темы выступлений с презентациями на практических занятиях)
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	Примерные темы рефератов

		преподавателем. 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.	
5.	Зачет 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 зачету.

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 9 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекций	1	2
2	Посещение практических занятий	1	5
3	Работа на практических занятиях	229	229
4	Экзамен	-	-
5	Зачет	64	64
ИТОГО:	3 зачетные единицы	-	300

6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестр		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачет
9 семестр	Разбалловка по видам работ	2 х 1= 2 балла	5 х 1=5 баллов	229 баллов	64 балла
	Суммарный макс. балл	2 балла max	5 баллов max	229 баллов max	64 балла max
	ИТОГО				300 баллов
	ИТОГО				300 баллов

6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Маркетинг социально-культурной деятельности», трудоёмкость которой составляет 3 ЗЕ (9 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	Баллы (3 ЗЕ)
«зачтено»	Более 150
«не зачтено»	150 и менее

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Новаторов, В. Е. Социально-культурный маркетинг: история, теория, технология : учебное пособие / В. Е. Новаторов. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. – 384 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/411335.

2. Пенькова, И. В. Онлайн-маркетинг в социально-культурной сфере : учебное пособие / И. В. Пенькова, М. Д. Овсянко. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2024. – 71 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/444305.

3. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский. – 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург : Планета музыки, 2023. – 156 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/278816.

Дополнительная литература

1. Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере : учебное пособие для бакалавров / А. В. Амеличкин. – 2-е изд., доп. – Орел : ОГИИК, 2018. – 131 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/156766.

2. Лесников, А. М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : электронное учебное пособие / А. М. Лесников. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. – 191 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=63769.

3. Мартиросян, Р. М. Задачи маркетинговых и PR-технологий в деятельности учреждений культуры и искусства / Р. М. Мартиросян // Дом культуры. – 2013. – № 8. – С. 73-76.

4. Менеджмент и маркетинг в этнокультурных организациях : учебно-методическое пособие для направления подготовки 51.03.02 Народная художественная культура / Чувашский государственный институт культуры и искусств ; сост. Г. Н. Петров. – Чебоксары : ЧГИКИ, 2015. – 144 с.

5. Новаторов, В. Е. Иветн-маркетинг как трендовая технология социально-культурной деятельности / В. Е. Новаторов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2014. – № 2. – С. 175-180.

6. Новаторов, В. Е. Маркетинг в социально-культурной сфере / В. Е. Новаторов. – Омск : Омич, 2000. – 288 с.

7. Новаторов, Э. В. Маркетинговый подход к изучению качества платных услуг культурно-досуговых организаций / Э. В. Новаторов // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – № 4. – С. 208-214.

8. Юдина, А. И. Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности : учебное пособие / А. И. Юдина. – Кемерово : КемГИК, 2018. – 127 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: https://e.lanbook.com/book/121931.

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.	Маркетинг социально-культурной деятельности	http://www.artmanager.ru	Журнал «Арт-менеджер»	Свободный доступ
2.		http://ilyasitnov.ru	Журнал «Тайны Арт-директоров всего мира»	Свободный доступ
3.		http://adcrussia.ru	Клуб арт-директоров России	Свободный доступ
4.		http://www.prazdnikmedia.ru	Журнал «Праздник»	Свободный доступ
5.		http://audioproducer.625-net.ru	Журнал «Звукорежиссер»	Свободный доступ
6.		http://www.cultmanager.ru	Журнал «Справочник руководителя учреждения культуры»	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. 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
Маркетинг социально-культурной деятельности	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, для выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (С-3)	Столы ученические – 18 шт., стол офисный – 1, стулья ученические – 36 шт., стул мягкий – 1 шт., доска магнитно-маркерная – 1 шт., кафедра – 1 шт., персональный компьютер с выходом в Интернет – 1 шт., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, телевизор – 1 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично; * для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - не приспособлено
	Помещение для самостоятельной работы (103)	Персональные компьютеры с выходом в «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду	* для лиц с нарушением зрения - приспособлено частично; * для лиц с нарушением слуха – приспособлено частично;

		организации – 6 шт., переносной проектор – 1 шт., наглядные пособия, столы ученические – 20 шт., стулья ученические – 40 шт. Лицензионное ПО: «Microsoft Windows»; контракт № 8000007 от 29.08.2018 г. Свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Firefox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader	* 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: Маркетинг социально-культурной деятельности

Форма обучения: заочная

Учебный год: 2026-2027

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

Ответственный исполнитель:			
заведующий кафедрой СКБД		Андреев Г.И.	27.05.2026
должность	подпись	расшифровка подписи	дата
Исполнитель:			
ст. преподаватель кафедры СКБД		Вереялова Д.В.	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*
Заведующая 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		