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.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
Заочная

Чебоксары
2027 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 1-2 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 года, протокол № 12.

Подписи:

Автор Л.В. Илларионова

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 16

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, заочной формы обучения (Б1.В.02.02 Реклама в социокультурной сфере). Изучается в 2-3 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, Введение в специальность.

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) ИУК-2.1. Формулирует задачи в соответствии с целью проекта. ИУК-2.2. Демонстрирует знание правовых норм достижения поставленной цели в	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	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

сфере реализации проекта. ИУК-2.3. Демонстрирует умение определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта. ИУК-2.4. Аргументировано отбирает и реализует различные способы решения задач в рамках цели проекта.	противодействия терроризму		
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4) ИУК-4.1. Грамотно и ясно строит диалогическую речь в рамках межличностного и межкультурного общения на государственном языке РФ и иностранном языке. ИУК-4.2. Демонстрирует умение вести деловые отношения на иностранном языке с учетом социокультурных особенностей. ИУК-4.3. Находит, воспринимает и использует информацию на иностранном языке, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач. ИУК-4.4. Создает на русском языке грамотные и непротиворечивые письменные тексты	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.

реферативного характера.			
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. 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.	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) 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.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Номер семестра	Учебные занятия				Контроль, час	Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации, час
	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час			
	Трудоемкость						
	Зачетные единицы	Часы					
2	2	72	2	6	4	60	зачет
3	3	108	4	10	9	85	экзамен
Итого	5	180	6	16	13	145	экзамен

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	20	2	2	-	16
2	История возникновения и развития рекламы	24	-	2	-	22
3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	28	-	2	4	22
4	Средства распространения рекламы	17	2	-	-	15
5	Рекламная кампания	18	-	2	-	16
6	Формирование рекламного сообщения	20	2	2	-	16
7	Регулирование рекламной деятельности	24	-	2	4	18
8	Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика	29	-	4	5	20
	ИТОГО	180	6	16	13	145

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: дискуссия, 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: дискуссия, 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: дискуссия, 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: дискуссия, 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: дискуссия, доклад с мультимедийной презентацией.

5.3. Тематика практических занятий

Название раздела	Тематика практических занятий	Трудоемкость, часы
Реклама в социокультурном пространстве	Рассматриваемые вопросы: Виды рекламы Участники рекламного процесса Реклама в контексте культуры	2
История возникновения и развития рекламы	Рассматриваемые вопросы: История зарубежной рекламы Устная и изобразительная реклама на Руси Развитие печатной рекламы в России Ресурсное обеспечение деятельности в сфере культуры и искусства 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	2
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Рассматриваемые вопросы: Теория коммуникации, применимая к рекламе Система маркетинговых коммуникаций (СМК) и ее составляющие Стимулирование сбыта Прямой маркетинг и Паблик рилейшенз Реклама – основное средство СМК Процесс рекламной деятельности	2
Средства распространения рекламы	Практические занятия не предусмотрены	-
Рекламная кампания	Рассматриваемые вопросы: Имидж и фирменный стиль Рекламные исследования	2
Формирование рекламного сообщения	Рассматриваемые вопросы: Вербальные составляющие рекламного текста Маркетинговая информация в рекламном тексте Лексика рекламы Приемы речевого воздействия в рекламе	2
Регулирование рекламной деятельности	Правовое обеспечение рекламной деятельности	2
Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика	Рассматриваемые вопросы: Маркетинговые коммуникации учреждений культуры Специфика рекламы в сфере культуры Средства рекламирования в СКС Организация рекламной деятельности в СКС	4
ИТОГО		16

5.4. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Содержание раздела	Виды СРС		Объем (час.)	Формы контроля*
		обязательные	дополнительные		
1	Реклама в социокультурном пространстве	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	16	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование

2	История возникновения и развития рекламы	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	22	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
3	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	26	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
4	Средства распространения рекламы	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	15	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
5	Рекламная кампания	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	16	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
6	Формирование рекламного сообщения	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	16	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
7	Регулирование рекламной деятельности	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	22	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
8	Реклама в социально-культурной сфере (СКС) и её специфика	Повторение пройденного материала, чтение и конспектирование учебной литературы по теме	Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к письменной работе	25	Письменный опрос, реферат, доклад с презентацией, дискуссия, сообщение, тестирование
	ИТОГО:			158	

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. 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. 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.	Зачет /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 зачету /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 2-3 семестр

№ п/п	Вид деятельности	Максимальное количество баллов за занятие	Максимальное количество баллов по дисциплине
1	Посещение лекций	1	3
2	Посещение практических занятий	1	8
3	Работа на практических занятиях	393	393
4	Экзамен	64	64
5	Зачет	32	32
ИТОГО:	5 зачетных единиц	-	500

6.3. Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся

Семестр		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачет / экзамен
2 семестр	Разбалловка по видам работ	1 х 1= 1 балл	3 х 1=3 балла	164 балла	32 балла
	Суммарный макс. балл	1 балл max	3 балла max	164 баллов max	32балла max
	ИТОГО				200 баллов
3 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				500 баллов

6.4. Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра

По итогам изучения дисциплины «Реклама в социокультурной сфере», трудоёмкость которой составляет 2 ЗЕ (2 семестр), обучающийся набирает определённое количество баллов согласно следующей таблице:

Оценка	Баллы (2 ЗЕ)
«зачтено»	Более 100
«не зачтено»	100 и менее

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»	151-270
«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. 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 аттестации (125)	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. 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 (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. 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

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: 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 расшифровка подписи дата

Исполнитель:
ст. преподаватель кафедры СКБД _____ Никандрова А.Г. 27.05.2026
должность подпись расшифровка подписи дата

СОГЛАСОВАНО:

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		