

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет социально-культурных технологий
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

РЕКЛАМА В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ
Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки:

51.05.01 «Звукорежиссура культурно-массовых представлений и концертных программ»

Профиль подготовки:

«Звукорежиссура зрелищных программ»

Квалификация (степень) выпускника:

Звукорежиссер

Форма обучения:

Заочная

Кемерово

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по программе специалитета 51.05.01 Звукорежиссура культурно-массовых представлений и концертных программ, квалификация (степень) выпускника «Звукорежиссер»

Утверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru> 07.04.2026 г., протокол № 7.

.

Реклама в социокультурной сфере: рабочая программа дисциплины, для обучающихся по программе специалитета 51.05.01 «Звукорежиссура культурно-массовых представлений и концертных программ», специализация «Звукорежиссура зрелищных программ», квалификация (степень) выпускника «Звукорежиссер» / Тельманова А.С. - Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2026. - 12 с. – Текст: непосредственный.

Составитель:
А. С. Тельманова

1. Цели освоения дисциплины

Учебная дисциплина «Реклама в социокультурной сфере» направлена на изучение у студентов совокупности теоретических знаний и формирование практических навыков рекламной деятельности, умений, позволяющих достичь преимущества в продвижении на рынке товаров и услуг организаций социально-культурной сферы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП специалитета

Дисциплина «Реклама в социокультурной сфере» относится к дисциплинам по выбору, части, формируемой участниками образовательных отношений (ОПОП) по программе специалитета 51.05.01 Звукорежиссура культурно-массовых представлений и концертных программ, квалификация (степень) выпускника «Звукорежиссер». Дисциплина изучается в 9-10 семестрах.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	– психологию общения, методы развития личности и коллектива; – приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; – механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3.1).	– работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации (УК-3.2).	- навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики (УК-3.3).
ОПК-4. Способен руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности	– функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.1).	– применять функции, основные принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.2).	– способностью анализировать функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.3).

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника:

Профессиональные стандарты	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
Профессиональный стандарт 01.001 «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)».	Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования	Воспитательная деятельность Развивающая деятельность

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

Промежуточная аттестация – зачет.

Тематический план дисциплины для заочной формы обучения

№/ №	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					
			Всего	Лекции	Семинарские/ Практические занятия	Индив. занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СРО
Раздел 1. Стратегический маркетинг и позиционирование в социокультурной сфере								
1.1.	Специфика и правовые основы социокультурной рекламы	9	35	2				33
1.2.	Целевая аудитория и позиционирование в сфере культуры	9	37		4/2*		2*Круглый стол	33
Раздел 2. Технологии реализации и ресурсное обеспечение рекламной деятельности в СКС								
2.1.	Инструменты и каналы продвижения социокультурных проектов	10	24		2		2* Ситуационн. задания	22
2.2.	Спонсорство, фандрайзинг и коллаборации	10	24	2				22
2.3.	Оценка эффективности рекламных кампаний в СКС	10	24		2			22
	Всего в интерактивной форме:		4				33%	
	Итого:		144	4	8		4*	132

* 4 часа занятий в интерактивной форме, т. 33 % аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (Разделы. Темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации
Раздел 1. Стратегический маркетинг и позиционирование в социокультурной сфере			
1.1	Тема 1.1 Специфика и правовые основы социокультурной рекламы Понятие социокультурной сферы. Отличия культурного и социального продукта от коммерческого. Виды рекламы: социальная, просветительская, реклама институтов культуры. Законодательное регулирование и этические нормы.	Формируемые компетенции: ОПК-4. Способен руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности. В результате изучения темы студент должен: Знать: – функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.1). Уметь: – применять функции, основные принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.2). Владеть: – способностью анализировать функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.3).	Проверка результатов практических заданий (план-конспект)
1.2.	Тема 1.2. Целевая аудитория и позиционирование в сфере культуры Сегментация потребителей культурных благ. Анализ культурных потребностей и мотивов аудитории. Формирование уникального ценностного предложения (УЦП) для культурных и социальных проектов.	Формируемые компетенции: УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели. В результате изучения темы студент должен: Знать: – психологию общения, методы развития личности и коллектива; – приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом;	Проверка результатов практических заданий

		– механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3.1). Уметь: – работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации (УК-3.2). Владеть: – навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики (УК-3.3).	
Раздел 2. Технологии реализации и ресурсное обеспечение рекламной деятельности в СКС			
2.1.	Тема 2.1. Инструменты и каналы продвижения социокультурных проектов Традиционные медиа и цифровые инструменты (SMM, таргетированная реклама). Роль связей с общественностью (PR). Событийный маркетинг и партизанский маркетинг в культуре. Нативная реклама.	Формируемые компетенции: УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели. ОПК-4. Способен руководить коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности. В результате изучения темы студент должен: Знать: – психологию общения, методы развития личности и коллектива; – приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; – механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3.1). – функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.1). Уметь: – работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль
2.2.	Тема 2.2. Спонсорство, фандрайзинг и коллаборации. Источники финансирования рекламных кампаний. Стратегии привлечения спонсоров и меценатов (фандрайзинг). Кросс-культурные проекты и коллаборации государственных институтов с коммерческими брендами.	Знать: – психологию общения, методы развития личности и коллектива; – приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; – механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3.1). – функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.1). Уметь: – работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль
2.3.	Тема 2.3. Оценка эффективности рекламных кампаний в СКС Критерии эффективности: коммерческий успех (продажи билетов), социальный и просветительский эффект. Методы оценки (опросы, веб-аналитика, глубинное интервью). Анализ типичных ошибок.	Знать: – психологию общения, методы развития личности и коллектива; – приемы психической регуляции поведения в процессе обучения музыке; – этические нормы профессионального взаимодействия с коллективом; – механизмы психологического воздействия музыки на исполнителей и слушателей (УК-3.1). – функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.1). Уметь: – работать индивидуально и с группой, выстраивать отношения, психологически взаимодействовать с коллективом; – понимать свою роль в коллективе в решении поставленных	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль

		задач, предвидеть результаты личных действий, гибко варьировать свое поведение в команде в зависимости от ситуации (УК-3.2). – применять функции, основные принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.2). Владеть: – навыками организации работы в команде для достижения общих целей; навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики (УК-3.3). – способностью анализировать функции управления, принципы и методы руководства коллективом в сфере профессиональной деятельности на основе норм социальной и этической ответственности (ОПК-4.3).	
			Промежуточная аттестация – зачет

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии: технология полного усвоения, проблемного обучения, анализа ситуаций, моделирования.

Технология полного усвоения предполагает возможность освоения дисциплины каждым студентом посредством формирования различных компонентов их компетенции: при измерении компетенции учитываются знания, умения и владения, а сама компетенция как результат обучения интегрируется из этих компонентов на теоретическом, практическом уровнях обучения.

Технология анализа ситуации (кейс-метод) используется с целью связи теории и практики, так как требованиям к анализу является обязательная ссылка на теорию вопроса. Моделирование используется так же на всех уровнях обучения. Создаются структурно-логические схемы, обобщаются подходы, структурируются процессы.

Дисциплина предусматривает в основном наличие практических занятий. Для оценивания знаний и умений, диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый контроль, выполнение контрольных заданий.

5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Активизацию самостоятельной работы обучающихся и контроль результатов и сроков освоения разделов и тем дисциплины обеспечивает использование таких интерактивных элементов «Электронной образовательной среды КемГИК», как «Лекция», «Задание» и «Тест».

Интерактивный элемент «Тест» включает различные типы вопросов и используется как одно из основных средств объективной оценки знаний студента в ходе самоконтроля, текущего и промежуточного контроля знаний по дисциплине.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю поддерживать обратную связь со студентом посредством проверки задания (отчетов о выполнении

практических работ, учебных исследовательских проектов) в виде рецензии или комментариев, а также обеспечить индивидуальный подход к обучающимся с учетом их психофизиологических особенностей. Интерактивные элементы с возможностью обратной связи имеют особое значение для заочной формы обучения, поскольку позволяют не только контролировать выполнение студентом заданий (контрольных работ), но и мотивировать его самоподготовку в межсессионный период.

Интерактивный элемент «Лекция» позволяет повторять и закреплять теоретические вопросы курса, выстраивать обратную связь с педагогом, путем выполнения включенных тестовых и практических заданий.

Использование интерактивных элементов «Лекция», «Задание» и «Тест» также обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов текущей и промежуточной успеваемости обучающихся по дисциплине.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине размещены в «Электронной образовательной среде» (<http://edu.kemguki.ru>) и включают:

Организационные ресурсы

- Тематический план дисциплины для обучающихся очной формы обучения
- Тематический план дисциплины для обучающихся заочной формы обучения

Учебно-практические ресурсы

- Описания практических заданий и работ

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы.

Учебно-наглядные ресурсы

- Электронные презентации

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

Фонд оценочных средств

- Контрольные вопросы по разделам дисциплины
- Вопросы к зачету

6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся (СРО) является обязательным видом учебной работы по дисциплине, выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в установленные сроки.

Самостоятельная работа студентов включает изучение учебной, научной, периодической литературы, первоисточников, выполнение письменных заданий, выполнение тестовых заданий, написание рефератов, выполнение практических заданий.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; проверка выполнения письменных заданий, установленных планом самостоятельной работы студента; тестирование; форма промежуточной аттестации – зачет.

Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы для самостоятельной работы обучающихся	Количество часов	Виды заданий и содержание самостоятельной работы
	Для заочной формы обучения	

Раздел 1. Стратегический маркетинг и позиционирование в социокультурной сфере		
Тема 1.1 Специфика и правовые основы социокультурной рекламы	33	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к дискуссии; подготовка к тестированию
Тема 1.2. Целевая аудитория и позиционирование в сфере культуры	33	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Раздел 2. Технологии реализации и ресурсное обеспечение рекламной деятельности в СКС		
Тема 2.1. Инструменты и каналы продвижения социокультурных проектов	22	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Тема 2.2. Спонсорство, фандрайзинг и коллаборации	22	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Тема 2.3. Оценка эффективности рекламных кампаний в СКС	22	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
	132	

7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=5144>).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Основы PR и рекламной деятельности : учебное пособие / В. А. Бондаренко, Н. А. Дадаян, К. А. Дзотцоева [и др.] ; под ред. В. А. Бондаренко ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2022. – 244 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708613> (дата обращения: 29.03.2024). – Режим доступа: Университетская библиотека online. – Текст : электронный.

2. Харламова, Т. М. Психология влияния : учебное пособие : [16+] / Т. М. Харламова. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2022. – 111 с. – (Библиотека психолога). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103799> (дата обращения: 14.09.2026). – Библиогр.: с. 98-99. – ISBN 978-5-9765-0139-3. – Текст : электронный.

3. Шевченко, Д. А. Основы теории и практики связей общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 484 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=706870> (дата обращения: 14.09.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3923-4. – DOI 10.23681/706870. – Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература

1. Безнюк, Д. К. Социокультурные практики населения Беларуси в условиях цифровой трансформации / Д. К. Безнюк, Е. Ю. Смыкова, Н. А. Сосновская ; науч. ред. Д. К. Безнюк ; Национальная академия наук Беларуси. – Минск : Беларуская навука, 2022. – 196 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701447> (дата обращения: 14.09.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-08-2877-4. – Текст : электронный.

2. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с

общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина ; Российский университет транспорта, Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика и управление на транспорте». – Москва : Российский университет транспорта (ПУТ (МИИТ)), 2021. – 63 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703486> (дата обращения: 29.03.2024). – Режим доступа: Университетская библиотека online. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 14.09.2026). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04536-3. – Текст : электронный.

8.3. Программное обеспечение

ВУЗ располагает необходимыми программным обеспечением:

Технические средства обучения:

для лекции - мультимедийный проектор, персональный компьютер, экран, акустическая система, подключенный к сети Интернет;

для практических (лабораторных) работ - компьютерный класс, подключенных к сети Интернет;

для самостоятельных работ - персональный компьютер, подключенный к сети Интернет.

Программное обеспечение:

- лицензионное программное обеспечение:

Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)

Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

- свободно распространяемое программное обеспечение:

Офисный пакет – LibreOffice

Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer)

Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player

9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

– адаптированная образовательная программа,

– индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

– для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,

– для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,

– для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств – заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

10. Перечень ключевых слов

Афиша мероприятий
Гуманитарный маркетинг
Инструменты маркетинговых коммуникаций
Культурные потребности
Лояльность зрителей
Маркетинг культуры
Маркетинговые исследования
Музейный маркетинг
Нативная реклама в культуре
Некоммерческая реклама
Некоммерческий маркетинг
Привлечение посетителей
Продвижение культурных ценностей
Продвижение фестивалей
Просветительская реклама
Реклама в сфере культуры и искусства
Реклама культурных мероприятий
Событийный маркетинг
Социальная реклама
Социально-культурная деятельность (СКД)
Социально-культурная сфера
Социальный эффект рекламы

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП специалитета	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Структура и содержание дисциплины	4
4.1. Структура дисциплины	4
4.2. Содержание дисциплины	5
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии	7
5.1 Образовательные технологии	7
5.2 Информационно-коммуникационные технологии	7
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	8
6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся	8
6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы	8
7. Фонд оценочных средств	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
8.1. Основная литература	9
8.2. Дополнительная литература	9
8.3. Программное обеспечение	10
9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	10
10. Перечень ключевых слов	11