


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой гуманитарных наук и искусств
Рыбачева Л.В.

27.06.2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.14.01. Реклама в социокультурной деятельности

1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

2. Профиль подготовки/специализация: Дизайн

3. Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: гуманитарных наук и искусств

6. Составители программы: Тернова Татьяна Анатольевна, д.ф.н., доц.

7. Рекомендована: научно-методическим советом филологического факультета

Воронежского государственного университета 27.06.2018 г., протокол № 6

8. Учебный год: 2019-20

Семестр(ы): 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины: Цель: выработать у обучающихся готовность к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способность к поиску и анализу информации в области рекламы (ОК-1), сформировать способность к различению жанров рекламного текста с точки зрения его стилистической и семиотической природы и понимание различий между ними, обусловленных этой природой (ОПК-3), способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-3).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: (цикл, к которому относится дисциплина, требования к входным знаниям, умениям и компетенциям, дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей): Дисциплина «Реклама в социокультурной деятельности» принадлежит числу выбора Вариативной части. Для освоения дисциплины необходимы умения и навыки, полученные в ходе изучения курсов «История рекламы», «Принципы анализа произведения малого жанра», «Дизайн».

Требования к входным знаниям, умениям, навыкам, компетенциям:

ОК-1- готовность к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способность к поиску и анализу информации, постановка цели и выбор путей ее достижения

ОПК-3- способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и понимание различий между ними, обусловленных этой природой

ПК-3- способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-1	готовность к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способность к поиску и анализу информации, постановка цели и выбор путей ее достижения	знать: принципы анализа информации, постановки целей и пути их достижения уметь: критически осмысливать явления социальной и культурной жизни владеть (иметь навык(и)): поиска и анализа информации
ОПК-3	способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и понимание различий между ними, обусловленных этой природой	знать: жанровые, стилистические, семиотические свойства текста уметь: выявлять различия между текстами на основании их жанровых, стилистических, семиотических свойств владеть (иметь навык(и)): навыками осмысления текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы
ПК-3	способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности	знать: основные положения теории культуры и гуманитарного знания уметь: применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности владеть (иметь навык(и)): навыками проведения научного исследования

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом) — 108 ч. / 3 ЗЕТ .

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) _____ зачет _____.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость			
	Всего	По семестрам		
		8 семестр	№ семестра	...
Аудиторные занятия	44	44		
в том числе: лекции	44	44		
практические				
лабораторные				
Самостоятельная работа	64	64		
Форма промежуточной аттестации (зачет – 0 час. / экзамен – __ час.)	0	0		
Итого:	108	108		

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи, понятийный аппарат.	Культурно-досуговая и социально-культурная деятельность: сравнительный анализ понятий, сущность, специфика. Культурная деятельность. Социальная работа. Социальная педагогика. Социально-культурная деятельность. Сущность, принципы и методы социально-культурной деятельности.
1.2	Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности и, их классификация.	Менеджмент в социокультурной деятельности. Условия формирования коммуникативной культуры менеджера социально-культурной деятельности. Предпочтения, вкусы, модели поведения, культурные ценности
1.3	Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика.	Досуг, развлечения, отдых.
1.4	Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал.	Вещественная и личностная сторона среды.
1.5	Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг.	Особенности маркетинга в социокультурной сфере. Современный арт-менеджмент – как процесс управления производством продукта рынка культурных услуг. Технологии маркетинга в арт-менеджменте.
1.6	Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг),	Спонсорство, благотворительность, фандрайзинга в деятельности коммерческих организаций.

	благотворительность.	
1.7	Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее правовой охраны. Источники и механизмы финансирования учреждений социально-культурной сферы.	Интеллектуальная собственность: понятие, виды, объекты, правовые основы охраны в России. Коммерческие и некоммерческие объединения.
1.8	Технология подготовки и проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью.	Технологический инструментарий социально-культурной деятельности. Брифинг, выставка, дебаты, дни открытых дверей, конференция, круглый стол, презентация.
1.9	Потребитель как объект СКД.	Дифференциация объекта культурно-досуговой деятельности, учет проявления интересов, потребностей, ценностных ориентации как важное условие эффективности работы.
1.10	Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства	Основные отличия и сходства рекламы в социально – культурной сферы от рекламы в бизнесе. Важнейшие особенности рекламы культурных услуг, сферы искусства. Типология рекламы учреждений культуры (по цели, аудитории). Принципы рекламы в социально-культурной сфере. Психология рекламы в скд. Роль цвета.
1.11	Рекламная компания в социально-культурной деятельности.	Конструирование рекламной компании. Выбор рекламной стратегии. СМИ в рекламной компании. Финансовое обеспечение рекламной компании.
1.12	Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.	Классификация медиаисследований. Оценка эффективности рекламы.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи,	2			5	7

	понятийный аппарат.					
2	Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности, их классификация.	2			5	7
3	Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика.	2			5	7
4	Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал.	2			5	7
5	Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг.	2			5	7
6	Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность.	2			5	7
7	Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее правовой охраны. Источники и механизмы финансирования учреждений социально-культурной сферы.	4			5	9
8	Технология подготовки и проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью.	4			5	9
9	Потребитель как объект СКД.	2			5	7
10	Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства	10			7	17
11	Рекламная компания в социально-культурной	8			5	13

	деятельности.					
12	Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.	6			5	11
	Итого:	44			64	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

(рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: работа с конспектами лекций, презентационным материалом, выполнение практических заданий, тестов, заданий текущей аттестации и т.д.)

Методические указания по подготовке студента к текущей аттестации

1. Ознакомьтесь с планом и материалами лекций.
2. Ознакомьтесь с исследовательской литературой по темам учебного курса.
3. Ознакомьтесь с художественной литературой, рекомендованной к прочтению.
4. Соотнесите теоретическую и практическую сторону полученных знаний.

Рекомендации по работе с научной литературой

1. Вдумчивое неторопливое чтение научного материала.
2. Конспектирование.
3. Реферирование.
4. Составление грамотного библиографического описания источника.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Васильев Г. А., Поляков В. А. Основы рекламы: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 718 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114432&sr=1
2	Дубин Б. Классика, после и рядом : социологические очерки о литературе и культуре: сборник статей / Б. Дубин. - М.: НЛО, 2014. – 643 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=431125&sr=1
3	Морган Н., Причард А. Реклама в туризме и отдыхе: учебное пособие / Н. Морган, А. Причард. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 415 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=117326&sr=1
4	Шендрик А.И. Социология культуры: учебное пособие / А.И. Шендрик. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 495 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436813&sr=1

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
5	Барт, Ролан. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт ; сост., пер. с фр. и вступ. ст. С. Зенкина .— М. : Изд-во им. Сабашниковых, 2003 .— 511 с.
6	Бурдьё, Пьер. Социология социального пространства = Sociologie de L'espace social : пер. с фр. / Пьер Бурдьё ; общ. ред. пер. Н. А. Шматко .— М. ; СПб : Ин-т эксперим. социологии : АЛТЕИЯ, 2007 .— 288 с.
7	Гудков Л., Дубин Б., Страда В. Литература и общество: введение в социологию литературы / Л. Гудков и др. - М.: РГГУ, 1998. – 282 с.
8	Дмитриева Л.А. Социальная реклама / Л. А. Дмитриева. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 271 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=118141&sr=1

9	Мандель Б.Р. Психология рекламы / Б. Р. Мандель. – М.: Директ-Медиа, 215. – 381 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270327&sr=1
10	Пендикова И. Г. , Ракитина Л. С. Архетип и символ в рекламе / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 303 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114725&sr=1
11	Старостова Л. Э. Эстетика рекламы / Л. В. Старостова. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. – 144 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=239874&sr=1
12	Ткаченко Н. В., Ткаченко О. Н. Креативная реклама / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 336 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1
13	Федотова, Лариса Николаевна. Социология массовой коммуникации : Учебник для студ. вузов, обуч. по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Л.В. Федотова .— СПб. и др. : Питер, 2003 .— 396 с.
14	Шавель С.А. Инновационное развитие отраслей социальной сферы: монография / С. А. Шавель. – Минск: Беларуская навука, 2017. – 347 с. // https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=484076&sr=1

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
15	http://www.countries.ru/library/theory/ - Культурология
16	Словарь культуры XX века http://www.lib.ru/CULTURE/RUDNEW/slowar.txt
17	Арт-азбука http://azbuka.gif.ru/

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
18	http://www.countries.ru/library/theory/ - Культурология
19	Словарь культуры XX века http://www.lib.ru/CULTURE/RUDNEW/slowar.txt
20	Арт-азбука http://azbuka.gif.ru/

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных) работ и др.)

№ п/п	Источник

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

Перечень программного обеспечения:

- MS Office 2007 (2010): Word, PowerPoint и др.;
- Проигрыватели мультимедийных файлов: KNPlayer, Windows Media Player и др.;
- Web-брайзеры: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera и др. с поддержкой Flash и Java [™].

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

Стандартно оборудованные аудитории для проведения лекционных и практических занятий: видеопроигрыватель, экран, ноутбук и др. оборудование.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ОК-1 готовность к критическому осмыслению явлений социальной и культурной жизни, способность к поиску и анализу информации, постановка цели и выбор путей ее достижения	знать: принципы анализа информации, постановки целей и пути их достижения	Тема 1-12. Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи, понятийный аппарат. Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности, их классификация. Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика. Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал. Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг. Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность. Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее правовой охраны. Источники и механизмы финансирования учреждений социально-культурной сферы. Технология подготовки и	Доклад.
	уметь: критически осмысливать явления социальной и культурной жизни		Доклад.
	владеть (иметь навык(и)): поиска и анализа информации		Доклад.

		<p>проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью. Потребитель как объект СКД. Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства. Рекламная компания в социально-культурной деятельности. Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.</p>	
<p>ОПК-3 способность к осмыслению текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы и понимание различий между ними, обусловленных этой природой (базовый уровень)</p>	<p>знать: жанровые, стилистические, семиотические свойства текста</p>	<p>Тема 1-12. Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи, понятийный аппарат. Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности, их классификация. Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика. Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал. Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг. Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность. Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее правовой охраны. Источники и механизмы финансирования</p>	<p>Доклад.</p>
	<p>уметь: выявлять различия между текстами на основании их жанровых, стилистических, семиотических свойств</p>		<p>Доклад.</p>
	<p>владеть (иметь навык(и)): навыками осмысления текстов различной жанровой, стилистической и семиотической природы</p>		<p>Доклад.</p>

		учреждений социально-культурной сферы. Технология подготовки и проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью. Потребитель как объект СКД. Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства. Рекламная компания в социально-культурной деятельности. Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.	
ПК-3 способность применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности	знать: основные положения теории культуры и гуманитарного знания	Тема 1-12. Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи, понятийный аппарат. Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности, их классификация. Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика. Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал. Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг. Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность. Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее	Доклад.
	уметь: применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности		Доклад.
	владеть (иметь навык(и)): навыками проведения научного исследования		Доклад.

		<p>правовой охраны. Источники и механизмы финансирования учреждений социально-культурной сферы. Технология подготовки и проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью. Потребитель как объект СКД. Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства. Рекламная компания в социально-культурной деятельности. Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.</p>	
Промежуточная аттестация			КИМ

* В графе «ФОС» в обязательном порядке перечисляются оценочные средства текущей и промежуточной аттестаций.

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения используется система зачтено / не зачтено. Оценка выставляется в зависимости от уровня овладения компетенциями, лежащими в основе программы учебной дисциплины

Для оценивания результатов обучения на зачете с оценкой используются следующие показатели (ЗУНЫ из 19.1):

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом в области истории и теории литературы (в прикладном аспекте);
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) *владение навыками самостоятельного анализа художественного текста*

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
студент достаточно полно ответил на предложенные вопросы, аргументировал основные положения, проявил навыки самостоятельного анализа текста, продемонстрировал освоенность на высоком уровне	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Зачтено</i>

компетенций ОК-1, ОПК-3, ПК-3.		
студент не ответил на предложенные вопросы, не аргументировал основные положения, не проявил навыки самостоятельного анализа текста, не продемонстрировал освоенность на высоком уровне компетенций ОК-1, ОПК-3, ПК-3.		<i>Не зачтено</i>

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.3.1 Перечень вопросов к зачету:

1. Социально-культурная деятельность как область научных знаний: предмет, цели и задачи, понятийный аппарат.
2. Социокультурные институты как субъекты социально-культурной деятельности, их классификация.
3. Культурно-досуговая программа как массовая форма зрелищного досуга: ее видовое разнообразие, специфика.
4. Социально-культурная среда, ее уровни, характеристики, потенциал.
5. Коммерческая сфера социально-культурной деятельности и маркетинг.
6. Технологии предпринимательства в СКС: спонсорство (фандрайзинг), благотворительность.
7. Роль государственной культурной политики в процессе организации социально-культурной деятельности. Интеллектуальная собственность в сфере культуры и система ее правовой охраны. Источники и механизмы финансирования учреждений социально-культурной сферы.
8. Технология подготовки и проведения специальных мероприятий в рамках организации связей культурно-досуговых учреждений с общественностью.
9. Потребитель как объект СКД.
10. Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства
11. Рекламная компания в социально-культурной деятельности.
12. Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.

19.3.2 Темы для докладов.

1. Реклама в социально-культурной сфере: понятие, виды и средства
2. Рекламная компания в социально-культурной деятельности.
3. Медиаисследования и медиапланирование в рекламе.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если тема раскрыта, продемонстрировано владение знаниями, умениями и навыками, соответствующими пороговому уровню овладения компетенциями ОК-1, ОПК-3, ПК-3;
- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если тема не раскрыта, не продемонстрировано владение знаниями, умениями и навыками, соответствующими пороговому уровню овладения компетенциями ОК-1, ОПК-3, ПК-3.

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в форме доклада. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний.

При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.