МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Набережночелнинский государственный педагогический университет"

(ФГБОУ ВО "НГПУ")

Реклама в социокультурной сфере

аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Искусств и инновационного дизайна**
Учебный план 51.03.03 Социально-культурная деятельность
Менеджмент социально-культурной деятельности

Форма обучения **заочная**
Программу составил(и): кандидат пед. наук, доцент, Большакова С. В.

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	**5**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД		
Лекции	10	10	10	10
Практические	12	12	12	12
Итого ауд.	22	22	22	22
Контактная работа	22	22	22	22
Сам. работа	118	118	118	118
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1	Цель дисциплины «Реклама в социокультурной сфере» - формирование у обучающихся теоретических знаний о месте и роли рекламы в культурной жизни человека общества и практических навыков по исследованию и анализу рекламного рынка применительно к сфере искусства и культуры.
1.2	Задачи освоения дисциплины:
1.3	-изучить законодательную базу рекламной деятельности в РФ;
1.4	-научить обучающихся основам рекламной деятельности и применению их на практике;
1.5	-научить обучающихся рекламировать услуги социально-культурной сферы;
1.6	-привить умения самостоятельно применять знания о рекламной деятельности на практике.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО КАЖДОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ДОСТИЖЕНИЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ПК-9: готовность к реализации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности	
Знать:	
	принципы научной организации технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
Уметь:	
	применять технологии менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
Владеть:	
	технологиями менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности
ПК-29: готовность к оказанию консультативной помощи специалистам социально-культурной сферы	
Знать:	
	основные понятия консультативной помощи в рекламе, ее сущность, цели и функции.
Уметь:	
	проводить консультирование для специалистов рекламного рынка в сфере культуры
Владеть:	
	навыками консультативных методов для специалистов социально-культурной сферы;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
-основные понятия рекламы, ее сущность, цели и функции; -основные характеристики рекламного маркетинга и рекламного рынка, относящиеся к сфере социокультурной деятельности; -виды рекламной деятельности; -механизмы воздействия рекламы на потребителя продукции и услуг рынка культуры; -законодательные основы рекламной сферы.	
3.2	**Уметь:**
-проводить исследования рекламного рынка в сфере культуры; -применять знания ФЗ «О рекламе», кодексов в практической деятельности; -выбирать приемлемый для представления культурного события, учреждения вид рекламной деятельности; -работать со СМИ и другими средствами распространения рекламы.	
3.3	**Владеть:**
-знаниями об использовании методов воздействия рекламы на целевые группы потребителей культурной продукции и услуг; -опытом определения задач для рекламной деятельности по продвижению арт-проектов, мероприятий в сфере искусства и досуга; -навыками планирования рекламных кампаний.	