

Министерство культуры Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
КУЛЬТУРЫ»  
Факультет гуманитарного образования  
Кафедра истории, культурологии и музееведения

УТВЕРЖДАЮ  
Зав. кафедрой истории,  
культурологии  
и музееведения  
 А.В. Кудинова  
09 июня 2025 г. протокол №  
20

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### Б1.В.ДВ.02.01 Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе

Направления подготовки (профиль): 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (Арт-бизнес и реклама)

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар  
2025

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации, по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

**Рецензенты:**

Профессор, д.э.н., генеральный директор ООО «Центр экономических исследований»

Горшенина Е.В.

Руководитель отдела маркетинга ГК «Город мастеров»

Морозова М.С.

**Составитель:**

Морозов Сергей Александрович, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры истории, культурологии и музееведения

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения 09.06.2025, протокол №20

Рабочая программа учебной дисциплины «Философия» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 25.06.2025., протокол № 11.

## Содержание

1. Цели и задачи изучения дисциплины	C.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	C.4
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	C. 4 -5
4. Структура и содержание дисциплины	C.5-18
4.1. Структура дисциплины:	C.5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	C.6-10
5. Образовательные технологии	C. 10
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	C.10-20
6.1. Контроль освоения дисциплины	C.10-11
6.2. Оценочные средства	C.11 - 20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	C.12-30
7.1. Основная литература	C. 12-13
7.2. Дополнительная литература	C. 13
7.3. Периодические издания	C. 14
7.4. Интернет-ресурсы	C. 14
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	C. 14-19
7.6. Программное обеспечение	
7.7. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	C.19-20
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	C. 20
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	C. 21

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цели освоения дисциплины:** является овладение студентами системой методологических, методических и аналитических знаний и проектных умений в области социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе, рынка социальных услуг, планирования и проведения рекламных кампаний в области социально-значимых проектов.

### **Задачи:**

- изучение основ социального проектирования, некоммерческого маркетинга социальных услуг и системы социально ориентированных коммуникаций;
- овладение студентами методологией и методикой анализа социальных процессов в рамках разработки, планирования и проведения социальных рекламных кампаний и социальных проектов в арт-бизнесе;
- выработку у студентов навыков и умений по созданию, позиционированию и реализации социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)». Для освоения дисциплины необходимы знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как: «Связи с общественностью», «Менеджмент и маркетинг в арт-бизнесе и рекламе». Изучение дисциплины «Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Проектирование в арт-бизнесе и рекламе», «Социальный брендинг» и др. Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	Владеть
Способность разрабатывать и реализовывать бизнес-проекты в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-1)	Основы проектной деятельности и их особенности в реализации социально-значимых задач	управлять разработкой и реализацией социальных арт- и рекламных продуктов	Навыками разработка социального арт- и рекламного продукта

Способен управлять разработкой, производством и продвижением арт-проектов и рекламных проектов в сфере арт-бизнеса и рекламы (ПК-3)	Знать методы и технологии управления разработкой, производством и продвижением социальных арт-проектов и социальных рекламных проектов	Разрабатывать стратегические и оперативные планы в области социальной проектной деятельности, управлять проектной деятельностью социально-значимой тематики	Навыками разработки и продвижения социальных арт- и рекламных проектов
---	--	---	--

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

#### *По очной форме обучения*

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	К	СР	
1	Социальное проектирование	4	1-16	28	28	4	48	4 неделя – устный опрос 8 неделя – коллоквиум 16 неделя -зачет
Итого: 108				28	28	4	48	Зачет с оценкой

#### *По заочной форме обучения*

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Социальное проектирование	4	6	6		96	
Итого: 108			6	6		96	Зачет с оценкой

**4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы  
По очной форме обучения**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
<u>4</u> семестр	Социальная реклама		
Тема 1.1. <u>Понятие и методология социального проектирования</u>	<u>Лекция:</u> Цели и задачи дисциплины. Обзор основной учебной и дополнительной литературы. Виды работы. Формы контроля. Понятие социального проектирования. Социальное проектирование в сфере социального служения	4/0,11	ПК-1 ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Вопросы: 1. История социального проектирования в России 2. История социального проектирования за рубежом. 3. Социальное проектирование в сфере социального служения.	4/0,11	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка к обсуждению вопросов по данной теме семинара.	7/0,19	
Тема 1.2 <u>Социальная активность и ответственность в рекламе и арт-бизнесе</u>	<u>Лекции:</u> Понятие социальной активности и социальной ответственности в арт-бизнесе и рекламе. Социальный контекст деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.	4/0,11	ПК-1 ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в арт-бизнесе.	4/0,11	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы. Подготовка презентаций по теме занятия.	7/0,19	
Тема 1.3 <u>Виды, цели и задачи социальных проектов.</u>	<u>Лекция:</u> Социальная акция, социальный проект, программа социального развития как формы реализации социальной ответственности. Виды социального проектирования. Цели социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.	4/0,11	ПК-1 ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в рекламе.	4/0,11	
	<u>Самостоятельная работа</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка презентаций по теме занятия.	7/0,19	

<b>Тема 1.4</b> <u>Этапы разработки и реализации социальных проектов</u>	<u>Лекции</u> Анализ ситуации или постановка социальной проблемы. Стратегическое планирование и ключевые направления социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.	4 / 0,11	ПК-1 ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Разработка концепции социального проекта: анализ ситуации, формулирование целей и задач проекта, определение направлений необходимых исследований. Самостоятельная работа Подготовительная работка к представлению концепции собственного проекта.	4 / 0,11	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовительная работка к представлению концепции собственного проекта.	7/0,19	
<b>Тема 1.5</b> <u>Разработка концепции и планирование социального проекта</u>	<u>Лекция:</u> Понятие первичных и вторичных, количественных и качественных исследований, используемых в социальном проектировании. Основные этапы исследования. Сравнительные исследования социальных проблем и целевых аудиторий. Мотивационный анализ; исследование средств массовой информации (медиаанализ). Понятие концепции социального проекта. Древо задач.	4 / 0,11	ПК-1 ПК-3
	<u>Практические занятие :</u> 1. Основные этапы исследования. 2. Типы целей социального проектирования 3. Исследование социальной проблемы. 4. Специфика социальных исследований в арт-бизнесе и рекламе 5. Исследование целевой аудитории проекта.	4 / 0,11	
	<u>Самостоятельная работа</u> Выполнение практического задания: написание концепции по плану, создание и оформление брифа.	7/0,19	
<b>Тема 1.6</b> <u>Технологии реализации и продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе</u>	<u>Лекции:</u> Виды технологий реализации социального проекта. Стратегии продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.	4 / 0,11	
	<u>Практические занятия:</u> Разработка концепции социального проекта. Написание брифа. Формирование плана-графика проекта	4 / 0,11	
	<u>Самостоятельная работа</u> Выполнение практического задания: написание концепции по плану, создание и оформление брифа.	7/0,19	

<b>Тема 1.7</b> <u>Специфика социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.</u>	<u>Лекции: Исследование специфики социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе. Понятие социальной эффективности проекта. Методы измерения эффективности социального проектирования.</u>	4/0,11	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практические занятия:</u> Защита собственного проекта..	4/0,11	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите социального проекта.	6/0, 11	
Вид итогового контроля		<i>Зачет с оценкой</i>	
ВСЕГО:		468/13	

### *По заочной форме обучения*

<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа</b>	<b>Объем часов / з.е.</b>	<b>Формируемые компетенции (по теме)</b>
1	2	3	4
<u>4 семестр</u>	Социальная реклама		
<b>Тема 1.1.</b> <u>Понятие и методология социального проектирования</u>	<u>Лекция:</u> Цели и задачи дисциплины. Обзор основной учебной и дополнительной литературы. Виды работы. Формы контроля. Понятие социального проектирования.	0,5	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Вопросы: 1. История социального проектирования в России 2. История социального проектирования за рубежом..	0,5	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы. Подготовка к обсуждению вопросов по данной теме семинара.	14	
<b>Тема 1.2</b> <u>Социальная активность и ответственность в рекламе и арт-бизнесе</u>	<u>Лекции:</u> Понятие социальной активности и социальной ответственности в арт-бизнесе и рекламе. Социальный контекст деятельности в сфере арт-бизнеса и рекламы.	0,5	<i>ПК-1</i> <i>ПК-3</i>
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в арт-бизнесе.	0,5	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы. Подготовка презентаций по теме занятия.	14	

<b>Тема 1.3</b> <u>Виды, цели и задачи социальных проектов.</u>	<u>Лекция:</u> Социальная акция, социальный проект, программа социального развития как формы реализации социальной ответственности. Виды социального проектирования. Цели социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.	1	ПК-1 ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Анализ практического опыта социального проектирования в рекламе.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка презентаций по теме занятия.	14	
<b>Тема 1.4</b> <u>Этапы разработки</u>	<u>Лекции</u> Анализ ситуации или постановка социальной проблемы.	1	ПК-1
<u>и реализация и социальный проект</u>	Стратегическое планирование и ключевые направления социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе.		ПК-3
	<u>Практическое занятие.</u> Разработка концепции социального проекта: анализ ситуации, формулирование целей и задач проекта, определение направлений необходимых исследований.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Подготовительная работа к представлению концепции собственного проекта.	14	
<b>Тема 1.5</b> <u>Разработка концепции и планирование социального проекта</u>	<u>Лекция:</u> Понятие первичных и вторичных, количественных и качественных исследований, используемых в социальном проектировании. Основные этапы исследования. Сравнительные исследования социальных проблем и целевых аудиторий. Мотивационный анализ; исследование средств массовой информации (медиаанализ). Понятие концепции социального проекта. Древо задач.	1	ПК-1 ПК-3
	<u>Практические занятия</u> <u>Вопросы:</u> 1. Основные этапы исследования. 2. Типы целей социального проектирования 3. Исследование социальной проблемы. 4. Специфика социальных исследований в арт-бизнесе и рекламе 5. Исследование целевой аудитории проекта.	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Проработка конспектов знаний, учебной и специальной литературы .Подготовка к обсуждению вопросов по данной теме семинара .	14	

<b>Тема 1.6</b> <u>Технологии и реализации и продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе</u>	<u>Лекции:</u> Виды технологий реализации социального проекта. Стратегии продвижения социальных проектов в арт-бизнесе и рекламе.	1	ПК-1 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Разработка концепции социального проекта. Написание брифа. Формирование плана-графика проекта.	1	
	<u>Самостоятельная работа</u> Выполнение практического задания: написание концепции по плану, создание и оформление брифа.	13	
<b>Тема 1.7</b> <u>Специфика социального проектного проектирования в арт-бизнесе и рекламе</u>	<u>Лекции:</u> Исследование специфики социального проектирования в арт-бизнесе и рекламе. <u>Понятие социальной эффективности проекта. Методы измерения эффективности социального проектирования.</u>	1	ПК-1 ПК-3
	<u>Практические занятия:</u> Защита собственного проекта..	1	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка к защите социального проекта.	13	
Вид итогового контроля		Зачет с оценкой	
ВСЕГО:		108/3	

## 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Проблемное обучение, исследовательские методы в обучении, технологии креативного проектирования, мультимедийное сопровождение лекционного материала

## 6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

*Текущий контроль* успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- устный опрос,
- творческое задание

*Промежуточный контроль* по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета и экзамена.

## **6.2. Оценочные средства**

### **6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля**

1. Дайте определение понятия «социальная активность».
2. Назовите виды социальной активности.
3. Дайте расшифровку определению «социально-ориентированный бизнес».
4. Назовите уровни корпоративной социальной ответственности.
5. Дайте определение «социальности» как качественной характеристики PR-коммуникаций.
6. Что такое социальные коммуникации?
7. Назовите универсальные принципы социальных PR-коммуникаций.
8. Определите соотношение понятийных позиций «социальный PR» и «PR в социальной сфере».
9. Приведите примеры известных субъектов социального PR.
10. Что такое социальный проект?
11. Назовите классификационные критерии видов социальных проектов.
12. Перечислите виды социальных проектов в зависимости от их преобладающей направленности.
13. В чем суть типизации социально-культурных проектных стратегий?
14. Каковы задачи социального PR-проектирования?
15. В чем суть деятельности АСИ (Агентства социальной информации)?
16. Назовите этапы разработки и реализации социального PR-проекта.
17. Что понимается под «проблематизацией» социального PR-проекта?
18. Что входит в понятие «концепция PR-проекта»?
19. Назовите основные модели выработки идеи социального PR-проекта.
20. Объясните суть модели разработки идеи проекта «цветок лотоса».

21. Назовите типы целей социального PR-проекта.
22. В чем заключаются основные принципы формулировки задач социального PR-проекта?
23. Каким образом выделяются целевые группы социальных PR-проектов?
24. Как формируется набор PR-технологий социального проекта?
25. Опишите структуру технологии реализации PR-проекта.
26. Назовите виды технологий реализации PR-проекта.
27. Приведите примеры технологий PR-воздействия на внешнюю и внутреннюю аудитории проекта.
28. Приведите примеры традиционных и современных PR-технологий.
29. Назовите основные online способы продвижения социального PR-проекта.
30. В чем специфика работы по продвижению PR-проекта в социальных сетях?
31. Назовите основные offline средства продвижения PR-проекта.
32. Перечислите виды специальных мероприятий.
33. Какие правила рекомендуется соблюдать при разработке социальной рекламы?

#### **6.2.2. Тематика творческих заданий**

1. Разработка социального проекта выставки.
2. Разработка социального проекта арт-лекции
3. Разработка проекта социальной рекламной акции
4. Разработка социального рекламного проекта
5. Разработка социального проекта арт-медиации
6. Разработка проекта социальной рекламной кампании.

**6.3. Вопросы к зачету по дисциплине.** Зачет проводится в форме защиты собственного социального проекта.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **7.1. Основная литература**

1. Социальная реклама : учебное пособие / Л. М. Дмитриева, Ю. С. Вернадская, Т. А. Костылева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 272 с. : ил., табл. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685152> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01544-6. – Текст : электронный.

2. Мандель, Б. Р. Основы проектной деятельности: учебное пособие : [12+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 294 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=616196> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-4499-2516-9. – DOI 10.23681/616196. – Текст : электронный.
3. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2021 – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст : электронный.
4. Пчелина, О. В. Предпринимательство, управление проектами и реклама в социальной сфере: учебное пособие : [16+] / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2022. – 92 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461622> (дата обращения: 06.09.2022). – Библиогр.: с. 59-61. – ISBN 978-5-8158-1809-5. – Текст : электронный.
5. Симонова, И. Ф. Социальное проектирование: технология предварительного проектного исследования / И. Ф. Симонова. – Санкт-Петербург: Научное издание, 2020. – 330 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42364398/> ;
6. Симонова И. Ф. Социально-культурное проектирование: современные подходы и технологии: учебное пособие. – СПб.: Научное издание, 2020. – 250 с. URL: [https://psv4.userapi.com/s/v1/d/QbNAECap0069XKIJeJHVAGBIpa-MSSWOoA4L7DiH6D-NpdtWPhRZIZEsKTFGNLkx7y2JBX8i7MSc9DsHk71TddpTZO10\\_or\\_DC44k0Nw2v2cjNnnguBRw/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-sovremennyye-podhodyi-i-tehnologii.pdf](https://psv4.userapi.com/s/v1/d/QbNAECap0069XKIJeJHVAGBIpa-MSSWOoA4L7DiH6D-NpdtWPhRZIZEsKTFGNLkx7y2JBX8i7MSc9DsHk71TddpTZO10_or_DC44k0Nw2v2cjNnnguBRw/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-sovremennyye-podhodyi-i-tehnologii.pdf)

### **1.1. Дополнительная литература**

1. Шевчук, И. А. Социальное предпринимательство : учебное пособие : [16+] / И. А. Шевчук, Е. Л. Цай ; Севастопольский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова. – Севастополь : Севастопольский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2019. – 101 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611348> (дата обращения: 07.02.2022). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
2. Пендикова, И. Г. Архетип и символ в рекламе : учебное пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2020. – 303 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114725> (дата обращения: 06.09.2022). – ISBN 978-5-238-01423-4. – Текст: электронный.

### **7.3. Периодические издания**

1. Бренд-менеджмент
2. Индустрия рекламы
3. Рекламные идеи

### **7.4. Интернет-ресурсы**

1. Информационно-аналитическое агентство «Социальная реклама»  
//URL: <http://www.socreklama.ru/analytics/>
2. URL: <http://www.russbrand.ru>
3. URL: <http://www.eventmarket.ru>
4. URL: <http://www.advi.ru>
5. URL: <http://brand.report.ru/>
6. URL: <http://www.marketingacademy.ru/>
7. URL: <http://reklamate.ru/>
8. «Z&G. Branding» // URL: <http://www.zg-brand.ru>

### **7.5. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов**

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.
- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др. для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных

(профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

### **Методические указания к выполнению реферативной работы**

Реферат - краткое письменное изложение материала по определенной теме, выполняется с целью привития студентам навыков самостоятельного поиска и анализа информации, формирования умения подбора и изучения литературных источников, используя при этом дополнительную научную, методическую и периодическую литературу.

Реферат - это самостоятельная учебно-исследовательская работа учащегося, где

автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.

Этапы работы над рефератом

1. Формулирование темы. Тема должна быть не только актуальной по своему значению, но оригинальной, интересной по содержанию.

Тема реферата выбирается по желанию студента из списка, предлагаемого преподавателем. Выбранная тема согласовывается с преподавателем. После выбора темы требуется подобрать, изучить необходимую для ее разработки информацию.

Тема может быть сформулирована студентом самостоятельно.

2. Подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 8-10).
3. Составление библиографии.
4. Обработка и систематизация информации.
5. Разработка плана реферата.
6. Написание реферата.
7. Публичное выступление с результатами исследования.

На семинарском занятии, заседании предметного кружка, студенческой научно-практической конференции.)

Содержание работы должно отражать знание современного состояния проблемы, обоснование выбранной темы, использование известных результатов и фактов, полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.

План реферата должен включать в себя: введение, основной текст и заключение.

Во введении аргументируется актуальность выбранной темы, указываются цели и задачи исследования. В нем же можно отразить методику исследования и структуру работы.

Основная часть работы предполагает освещение материала в соответствии с планом. Основной текст желательно разбивать на главы и параграфы.

В заключении излагаются основные выводы и рекомендации по теме исследования.

Критерии оценки реферата:

- знание и понимание проблемы;
- умение систематизировать и анализировать материал, четко и обоснованно формулировать выводы;
- «трудозатратность» (объем изученной литературы, добросовестное отношение к анализу проблемы);
- самостоятельность, способность к определению собственной позиции по проблеме и к практической адаптации материала, недопустимость прямого плагиата;
- выполнение необходимых формальностей (точность в цитировании и указании источника текстового фрагмента, аккуратность оформления).

**Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов**

1. Доклад - это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.
  2. Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.
  3. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.
  4. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.
  5. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.
  6. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить обсуждение.
  7. Студент в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.
  8. Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем и в установленный срок.
- Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. В докладе необходимо: сообщать новую информацию, использовать технические средства, знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара), уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы, четко выполнять установленный регламент, иметь представление о композиционной структуре доклада.
- Выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение. Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название презентации (доклада), сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, акцентирование оригинальности подхода.
- Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.
- Заключение - это ясное четкое обобщение и краткие выводы.

**Методические указания для подготовки к семинарским занятиям**

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

- проработать конспект лекций;
- прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
- ответить на вопросы плана семинарского занятия;
- выполнить домашнее задание;
- проработать тестовые задания и задачи;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

#### **Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций**

**Кейс** (в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

#### **Типы кейсов:**

- *Структурированный (highly structured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (short vignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (long unstructured cases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

#### **7.6 Программное обеспечение**

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционная система Astra Linux, офисный пакет Р7 Офис–справочно-правовые системы - Консультант +, Гарант, комплект браузеров Google chrom, Firefox, Яндекс браузер.

#### **7.7 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.
- с нарушениями зрения

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **8.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением.

Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное и стриминговое оборудование.

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе учебной дисциплины  
Б1.В.ДВ.02.01 Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе**

---

на **2025 -2026** уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения: В соответствии с информацией заместителя министра науки и высшего образования РФ О.В. Петровой от 32.05. 2025 № МН -11/ 2110 – ОП в рабочую программу внесены следующие изменения:
- В число вопросов лекции по теме 1.1 «Понятие и методология социального проектирования» включен вопрос «Социальное проектирование в сфере социального служения».
- В раздел 7.1. «Основная литература» учебные пособия:

Симонова, И.Ф. Социальное проектирование: технология предварительного проектного исследования /И.Ф. Симонова. – Санкт-Петербург: Научные технологии, 2020. – 330 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42364398/> ;

Симонова И. Ф. Социально-культурное проектирование: современные подходы и технологии: учебное пособие. – СПб.: Научные технологии, 2020. – 250 с. URL: [https://psv4.userapi.com/s/v1/d/QbNAECap0069XKIJeJHVAGBIpa-MSSWOoA4L7DiH6D-NpdtWPhRZlZEsKTFGNLkx7y2JBX8i7MSc9DsHk71TddpTZOI0\\_or\\_DC44k0Nw2v2cjNnnguBRw/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-sovremennyye-podhodyi-i-tehnologii.pdf](https://psv4.userapi.com/s/v1/d/QbNAECap0069XKIJeJHVAGBIpa-MSSWOoA4L7DiH6D-NpdtWPhRZlZEsKTFGNLkx7y2JBX8i7MSc9DsHk71TddpTZOI0_or_DC44k0Nw2v2cjNnnguBRw/sotsialno-kulturnoe-proektirovanie-sovremennyye-podhodyi-i-tehnologii.pdf)

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры истории, культурологии и музееведения  
Протокол № 20 от «09» июня 2025 г.

Исполнитель:

Профессор кафедры ИКМ/ /Морозов Сергей Александрович/ 09.06.2025  
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

ИКМ / /Кудинова Анна Васильевна /09.06.2025  
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

















