


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Цели освоения дисциплины: Пиар и реклама в молодежной среде по направлению 39.03.03 «Организация работы с молодежью» сформировать комплекс теоретических знаний и прикладных умений по пиар и рекламной деятельности; обучить различным методам и технологиям связей с общественностью и рекламы в сфере молодежной политике.

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с основами пиар деятельности, историей ее возникновения, мировым и отечественным опытом работы, с развитием ее главных принципов, методов и закономерностей;
- раскрыть содержание социологических методов в исследовании общественного мнения, потребностей и ожиданий различных групп общественности;
- выработать у студентов профессиональный взгляд на рекламную деятельность, который поможет им в будущем разрабатывать рекламные кампании и кампании ИМК, создавать рекламные объявления, развивающие молодежную политику,
- видеть достоинства и недостатки своей и чужой рекламной продукции, оценивать эффективность рекламных мероприятий, хорошо ориентироваться на медиа рекламном рынке, понимать принципы функционирования и роли различных субъектов данного рынка;
- изучить новейшие рекламные технологии, современное состояние и тенденции развития медиарекламного рынка России в соотношении с рынками других стран и глобальным медиарекламным рынком.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Дисциплина является обязательной и относится к вариативной части Блока Б1.В.ОД.13 основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина «Пиар и реклама в молодежной политике» опирается на приобретенные знания, навыки компетенций, приобретенные в курсе изучения следующих дисциплин: Риторика, Ознакомительная практика, Социокультурная деятельность, Экскурсионно-музейная деятельность, История моды, Стиль и мода современности, Современная молодежная культура, Актуальные проблемы современной культуры, Организация досуга молодежи, Анимационная деятельность, Технологическая (проектно-технологическая) практика.

Дисциплина «Пиар и реклама в молодежной политике» является необходимым дополнением для последующей Подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-16 умением организовывать информационное обеспечение молодежи по реализации	Знать: сущность основных понятий и категорий publicrelations, социально-экономических и политических причинах возникновения PR как профессии и отрасли бизнеса (профессиональные компетенции); теоретические модели PR, этапы подготовки и проведения PR-кампании (проективные

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

молодежной политики, взаимодействовать с молодежными средствами массовой информации	компетенции); стратегии, тактики и технологии взаимодействия с населением, СМИ, бизнес-структурами, общественными организациями и политическими партиями, сотрудниками организации (проективные компетенции); Уметь: подготовить проект создания и функционирования службы по связям с общественностью в организации (управленческие компетенции); проводить PR-мероприятия и составлять PR-документы (проектные компетенции); изучать общественное мнения, отношения и ожидания общественности (инструментальные компетенции); Владеть: маркетингового проектирования для формирования и продвижения рекламного продукта (инструментальные компетенции); проведения PR-кампаний и составления PR-документов (управленческие компетенции);
ПК-18 способностью к организации досуговой деятельности молодежи.	Знать: специфику деятельности PR-служб в органах государственного и муниципального управления (профессиональные компетенции); Основные понятия рекламоведения(профессиональные компетенции); Основные принципы и этапы разработки рекламных кампаний (проектные компетенции); Уметь: общаться со СМИ, используя рекламу, публицити, и налаживать двусторонний поток информации (профессиональные компетенции); анализировать рекламную продукцию с точки зрения ее эффективности; анализировать и разрабатывать рекламные стратегии; анализировать рекламные сообщения с точки зрения их эффективности (инструментальные компетенции). Владеть: применять на практике полученные первичные знания в области сбора материала для разработки рекламной кампании и разработки рекламных стратегий и тактик (проективные компетенции).


4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 5 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах) – 180.

Форма обучения: очная


Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		1
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в	64	64

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

соответствии с УП		
Аудиторные занятия:	64	64
лекции	16	16
Семинары и практические занятия	48	48
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	80	80
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.	Устный опрос Тестирование	Устный опрос Тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен 36	Экзамен 36
Всего часов по дисциплине	180	180

Форма обучения: **заочная***

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		4
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	18/18	18/18
Аудиторные занятия:	18/18	18/18
лекции	6/6	6/6
Семинары и практические занятия	12/12	12/12
Лабораторные работы, практикумы		
Самостоятельная работа	153	153
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной	Устный опрос Тестирование	Устный опрос Тестирование


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

работы: тестирование, контр работа, коллоквиум, реферат и др.(не менее 2 видов)		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен 9/9	Экзамен 9/9
Всего часов по дисциплине	180	180

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

4.3. Содержание дисциплины (модуля.) Распределение часов по темам и видам учебной работы:
Форма обучения очная


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК	9	2	2			5	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	8	1	2		4	5	Устный опрос Тестирование
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	9	1	3			5	Устный опрос Тестирование
Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	10	2	3			5	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций	9	1	3			5	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

в обществе.							Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	10	2	3			5	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	10	1	4			5	Устный опрос Тестирование
Раздел 3. Основы рекламы Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	11	2	4		2	5	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	11	2	4		4	5	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	11	2			4	9	Устный опрос Тестирование
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	10		4		4	7	Устный опрос Тестирование
Экзамен	36						
Итого	180	16	48		12	80	

Форма обучения_заочная


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК	9	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	8	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	9	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование
Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	10	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	9	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	10	1	1		1	15	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	10		1		1	15	Устный опрос Тестирование
Раздел 3. Основы рекламы Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	11		2		2	15	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	11		1		1	13	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	11		1		1	10	Устный опрос Тестирование
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	10		1		1	10	Устный опрос Тестирование
Экзамен	9						
Итого	180	6	12		12	153	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1 раздел: Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Массовая коммуникация, как социальная система. Средства массовой коммуникаций, как социальная система. Структура. Уровни коммуникаций. Методы анализа коммуникаций.

Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.

Современное общество и СМК. Сравнение различных определений понятий «медиаобразование», «медиаграмотность», «медиапедагогика». Терминология медиаобразования: медиа, медиакультура, медиаграмотность, медиакомпетентность, аудиовизуальное мышление, медиатекст, критическое мышление, медиаязык и др. Эффективность СМК.

Общие основы СМИ. Средства массовой информации. Типология и система СМИ. Виды СМИ. Роль СМИ в современном мире.

СМИ в России и за рубежом. История СМИ в России. История СМИ за рубежом (Европа; Азия). Значение и роль СМИ. Интернет СМИ.

2 раздел: PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом

Теория и история PR. PR в России и за рубежом. Понятие PR. Предпосылки возникновения, этапы и тенденции развития PR в России и за рубежом. Значение PR, задачи и основные категории.

Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.

Функции и технологии PR. Виды PR. Основные функции PR. Технологии и их использование. Виды PR. Средства реализации PR-задач: основные организационные формы и практические мероприятия

Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.

Возникновение массовых коммуникаций в обществе. Понятие массовых коммуникаций. Их возникновение и деятельность. Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.

Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система

Функции и роли СМК Функции СМК. Типология современных СМК. Роли СМК.


Тема 7. Функции и роли СМК

Механизмы осуществления роли СМК в жизни социума. Содержание массовой коммуникации. СМК и индивид. Индивидуальные и социальные интересы. Формы и способы влияния группового и общественного мнения на личность. Роль ценностных ориентаций. Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления функций СМК.

3 раздел: Основы рекламы. Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. История развития рекламного дела. Реклама и ее структура. Рекламная компания.

Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Реклама в сфере молодежной политики
Реклама как фактор социализации молодежи.
Реклама как инструмент формирования стилей жизни. Влияние стереотипов на восприятие рекламы современной молодежью

Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.

Виды рекламных сообщений. Значение рекламы в современном обществе.

Социальная реклама: ее виды, значение и методы воздействия.

Политическая реклама: виды, политическое пространство, имидж политика.

Тема 11. Связи с общественностью и реклама.

Классификация видов рекламы: по объекту рекламирования, направленности рекламы, характеру рекламного обращения, способу воздействия на целевую аудиторию, охватываемому сегменту рынка, источнику финансирования и т.д.

Понятие имиджа организации. Формирование и управление имиджем.

Внутрифирменные коммуникации. Место PR-подразделений в структуре организации.

Фирменный стиль и его составные элементы.

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебной дисциплины и должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньших затратах времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

1 раздел: Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК

ЗАНЯТИЕ 1

Форма проведения: семинар, дискуссия.

Вопросы по теме:

- Возникновение массовых коммуникаций в обществе.
- Работа в группах: Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
- Понятие: Массовая коммуникация – это?

Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК. Интерактивное занятие.

ЗАНЯТИЕ 2

Форма проведения - интерактивное занятие, работа по группам: Способы влияния СМК на общество: убеждение, внушение и манипуляция.

Упражнение: «Марионетки».


Вопросы по теме:

- Письменная работа: СМК: задачи и характеристики.
- Основные методы исследования СМК.
- Чем отличается СМИ от СМК? Виды СМИ.
- Основные виды манипулирования массовой аудиторией через СМК и СМИ (+примеры).

2 раздел: PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом

ЗАНЯТИЕ 3

Форма проведения: семинар, дискуссия.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Вопросы по теме:

- Теория и история PR.
- PR в России и за рубежом.
- Презентация «PR-специалисты в мировой практике».
- «Сравнительный анализ имиджа и репутации 3 организаций».

Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.

ЗАНЯТИЕ 4

Форма проведения: семинар, дискуссия.

Вопросы по теме:

- Функции и технологии PR.
- Виды PR.
- Анализ средств внутриорганизационной коммуникации.
- Основные виды пиара:
 - a) PR (связи с общественностью) и банковская сфера
 - b) PR и маркетинг
 - c) PR в экономике
 - d) PR в науке
 - e) PR в культуре
 - f) PR и СМИ
 - g) PR в государственных структурах
 - h) PR в социальной сфере
 - i) PR в здравоохранении
 - j) PR в социальных сетях
 - k) PR в спортивной сфере
 - l) PR в экологии
 - m) Черный PR

Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.

ЗАНЯТИЕ 5

Форма проведения: семинар, дискуссия.

Вопросы по теме:

- Разбор схемы коммуникативного процесса как сосуществования докоммуникативной, коммуникативной и посткоммуникативной фаз.
- Место стереотипа и роль стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления функций СМК.

Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система

ЗАНЯТИЕ 6


Форма проведения: семинар, дискуссия.

Вопросы по теме:

- Механизмы осуществления роли СМК в жизни социума.
- Содержание массовой коммуникации: СМК и индивид.
- Место стереотипа, установки, влияния окружения, прошлого коммуникативного опыта в механизме осуществления функций СМК.

Тема 7. Функции и роли СМК

ЗАНЯТИЕ 7

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Форма проведения: семинар, дискуссия.

Вопросы по теме:

- Влияние СМИ на человека.
- СМИ в России и за рубежом.
- Формирование средств рекламной деятельности в России.
- Формирование средств рекламной деятельности в Европе и США.

3 раздел: Основы рекламы. Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

ЗАНЯТИЕ 8

Форма проведения - интерактивное занятие, работа по группам.

Вопросы по теме:

Презентация «Этапы развития рекламы в России и за рубежом». Работа в группах: сравнение стратегий рекламных проектов.

Просмотр и анализ фильма «Поколение П».

- Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
- Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
- Принципы разработки рекламной кампании и рекламных стратегий.

Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики. Интерактивное занятие.

ЗАНЯТИЕ 9

Форма проведения - интерактивное занятие, работа по группам.

Вопросы по теме:

Дискуссия на тему: Социальная реклама о/для молодежи. Примеры, значение, способы воздействия.

- Исследование эффективности рекламы: критерии и методы.
- Гендерный анализ современных российских и зарубежных рекламных проектов

Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.

ЗАНЯТИЕ 10

Форма проведения - интерактивное занятие, работа по группам.

Создание рекламных проектов-роликов по группам:

- 1) Коммерческая реклама
- 2) Социальная реклама
- 3) Политическая реклама.

- Значение рекламы в современном обществе.
- Презентация рекламных проектов

Тема 11. Связи с общественностью и реклама.


ЗАНЯТИЕ 11

Форма проведения - интерактивное занятие, работа по группам.

Работа в группах: Создание рекламного плаката. Представление и защита работ.

Анализ самых успешных рекламных компаний мира: Cola, Dior, S7, Nike, Apple.

- Планирование рекламной компании.
- Специфика целей рекламной компании.
- Уникальное торговое предложение.
- Креатив и творчество в рекламе.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

«Данный вид работы не предусмотрен УП».

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ


«Данный вид работы не предусмотрен УП».

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Массовая коммуникация. Средства массовых коммуникаций: особенности, задачи и характеристики.
2. Формы и функции массовых коммуникаций. Основные методы исследования СМК.
3. Средства массовой информации. Структура системы СМИ (печать, радио, телевидение, интернет).
4. Массовые аудитории: особенности, типы реакций.
5. Влияние СМИ и СМК: убеждение, внушение, манипулирование.
6. Виды манипулирования массовой аудиторией. Виды коммуникации: познавательная, убеждающая, экспрессивная, суггестивная, ритуальная.
7. Эффективность массовой коммуникации.
8. PR: история, функции и задачи. Основные принципы PR.
9. PR и смежные понятия: маркетинг, реклама, паблисити, пропаганда.
10. Сферы применения PR.
11. Лидеры мнений. Планирование PR компании.
12. PR в молодежной среде.
13. Реклама: цель, функции и принципы.
14. История развития зарубежной рекламы и рекламы в России.
15. Реклама на телевидении и в периодической печати.
16. Реклама на радио и интернет-реклама.
17. Наружная реклама и реклама в транспорте.
18. Коммерческая реклама: цель, виды, классификации.
19. Структура рекламного сообщения.
20. Бренд: цель, задачи, влияние. Торговая марка и товарный знак.
21. Социальная реклама: типы организаций, функции и задачи. Влияние социальной рекламы.
22. Понятие социальной рекламной компании. Тематика и стилистика социальной рекламы.
23. Политическая реклама: виды, функции, основные заказчики.
24. Технологии политической рекламы.
25. Политический имидж и политическое пространство в рекламе.
26. Креатив и творчество в рекламе.
27. Эффективность рекламы и ее влияние на массовую аудиторию.
- 28.


10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Форма обучения – очная.


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	9	Устный опрос Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


Раздел 3. Основы рекламы Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	5	Устный опрос Тестирование на лекции
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	7	Устный опрос Тестирование

Форма обучения – заочная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Раздел 3. Основы рекламы Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	15	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	13	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	10	Устный опрос Тестирование
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	проработка учебного материала лекции, подготовка вопросов и заданий к семинару с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины	10	Устный опрос Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ «PR И РЕКЛАМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ»

а) Список рекомендуемой литературы

основная:

1. Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448252>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450081>
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450406>

дополнительная:

1. Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455652>
2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453912>
3. Умаров М., PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила [Электронный ресурс] / Умаров М. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. - ISBN 978-5-9614-5746-9 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457469.html>

учебно-методическая:

1. Митина Т. С. Методические рекомендации по курсу "Пиар и реклама в молодежной среде" по направлению подготовки 39.03.03 "Организация работы с молодежью" / Т. С. Митина; УлГУ, ФГНиСТ. - Ульяновск : УлГУ, 2020. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Текст : электронный.- URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1758>

Согласовано:

Глав. библиотекарь

отдел обслуживания пользователей
Должность сотрудника научной библиотеки


Ефимова М.А. /

ФИО

Еф
подпись

дата

2020

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

б) Программное обеспечение

1. ОС Microsoft Windows
2. «Мой Офис Стандартный»
3. Microsoft Office
4. Система «Антиплагиат.ВУЗ»

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2020]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2020]. - URL: <https://www.biblio-online.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2020]. – URL: http://www.studentlibrary.ru/catalogue/switch_kit/x2019-128.html. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2020]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2020]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.6. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=e3ddf99-a1a7-46dd-a6eb-2185f3e0876a%40sessionmgr4008>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2020].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2020]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2020]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2020]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2020]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

7.1. Электронная библиотека УлГУ : модуль АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

7.2. Образовательный портал УлГУ. – URL: <http://edu.ulsu.ru>. – Режим доступа : для зарегистр. пользователей. – Текст : электронный.


Согласовано:

Зам начальника УИТиТ /Ключкова А.В.

Должность сотрудника УИТиТ

ФИО

подпись дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		


12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

<p><i>Учебная аудитория № 38</i> для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного оборудования для обеспечения предоставления иллюстративного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины). Помещение укомплектовано: рабочее место преподавателя, комплект ученической мебели на 44 посадочных места. Площадь 46, 5 кв.м. Технические средства: Видеопроектор, экран настенный, телевизор, доска аудиторная, стенды информационные, WI-FI</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 26</p>
<p><i>Учебная аудитория № 30</i> для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (с набором демонстрационного оборудования для обеспечения предоставления иллюстративного материала в соответствии с рабочей программой дисциплины). Помещение укомплектовано комплектом ученической мебели на 48 посадочных мест, рабочее место преподавателя. Площадь 50,4 кв.м. Технические средства: доска аудиторная, учебно-наглядные пособия, WI-FI, интернет</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 2) Помещение № 24</p>
<p><i>Читальный зал научной библиотеки (аудитория 237)</i> с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 80 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС, экраном и проектором Площадь 220,39 кв.м.</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №125</p>
<p><i>Учебная аудитория 230</i> для самостоятельной работы студентов, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Компьютерный класс, укомплектованный специализированной мебелью на 32 посадочных мест и техническими средствами обучения (16 персональных компьютеров) с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 93,51 кв.м.</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №114</p>
<p><i>Учебная аудитория 226</i> для самостоятельной работы студентов, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Компьютерный класс, укомплектованный специализированной мебелью на 15 посадочных мест и техническими средствами обучения (10 персональных компьютеров), копировальными аппаратами, принтерами, сканерами, переплетной машиной, ламинатором, дыроколом, брошюровщиком с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 80,06 кв.м.</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №116</p>
<p><i>Библиографический отдел научной библиотеки (аудитория 224Б)</i> с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 7 посадочных места и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС,</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа дисциплины		

ЭБС. Площадь 53,88 кв.м.	1), помещение №119
<i>Отдел обслуживания научной библиотеки (аудитория 316)</i> с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 10 посадочных места и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС. Площадь 31,68 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №78
<i>Читальный зал научной библиотеки (аудитория 237)</i> с зоной для самостоятельной работы, Wi-Fi с доступом к ЭИОС, ЭБС. Аудитория укомплектована специализированной мебелью на 80 посадочных мест и оснащена компьютерной техникой с доступом к сети «Интернет», ЭИОС, ЭБС, экраном и проектором Площадь 220,39 кв.м.	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №125

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



доцент

Митина Т.С.