


Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

по направлению 39.03.03
«Пиар и реклама в молодёжной среде»
(бакалавриат)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

Пиар и реклама в молодёжной 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 базовой части Блока Б1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом.

Дисциплина «Пиар и реклама в молодежной политике» является дополнением, последующим дисциплинам профессионального цикла


- «Организация досуга молодежи»,
- «Социокультурная деятельность»,
- «Современная молодежная культура»,
- «Экскурсионно-музейная деятельность»,
- «Риторика».

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

2. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ПК-16 умением организовывать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействовать с молодежными средствами массовой информации</p>	<p>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 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);</p>
<p>ПК-18 способностью к организации досуговой деятельности молодежи.</p>	<p>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, паблисити, 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).</p>

Министерство образования и науки РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Аннотация рабочей программы дисциплины		

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (**144 часов**)

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии: проблемные (лекции, практические занятия), интерактивные (групповые дискуссии, деловые игры, мультимедийные курсы).

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии: аналитические задания (сравнительный анализ, составление выступления, планирование).

5. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: устный опрос, задачи, тестирование.

Промежуточная аттестация проводится в форме: **экзамена**.