


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

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета факультета  
гуманитарных наук и социальных технологий  
от «24» 05 2021 г., протокол № 6  
Председатель \_\_\_\_\_ / С.Н. Митин  
«24» 05 2021 г.



### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	PR и реклама в молодежной среде
Факультет	фГНиСТ
Кафедра	психологии и педагогики
Курс	1

Направление (специальность) 39.03.03 Организация работы с молодежью  
код направления (специальности), полное наименование

Направленность (профиль/специализация) – «Организация молодежных социокультурных проектов и образовательных программ»

Форма обучения: **очная**

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «1» 09 2021г.



Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от \_\_\_ 20\_\_ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от \_\_\_ 20\_\_ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № \_\_\_ от \_\_\_ 20\_\_ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Митина Т.С.	Психологии и педагогики	канд.пед.н. доцент

СОГЛАСОВАНО	СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой психологии и педагогики	Заведующий кафедрой психологии и педагогики
 /С.Н.Митин/ Подпись                      ФИО	 /С.Н.Митин/ Подпись                      ФИО
« 20 » 05 2021 г.	« 20 » 05 2021 г.

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 (Б1.В.1.05) 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: умение организовывать информационное обеспечение	<b>Знать:</b> сущность основных понятий и категорий publicrelations, социально-экономических и политических причинах возникновения PR как профессии и отрасли бизнеса (профессиональные

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

молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействовать с молодежными средствами массовой информации	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); <b>Уметь:</b> 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); <b>Владеть:</b> маркетинговым проектированием для формирования и продвижения рекламного продукта (инструментальные компетенции); проведения PR-кампаний и составления PR-документов (управленческие компетенции);
<b>ПК-18:</b> способностью к организации досуговой деятельности молодежи.	<b>Знать:</b> 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); <b>Уметь:</b> 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). <b>Владеть:</b> 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

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

Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	64	64
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

**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	
<b>Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.</b> Тема 1. Общие основы СМК	9	2	2	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	8	1	2	-	4	8	Устный опрос Тестирование


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

							ние
<b>Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.</b> Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	9	1	3	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	11	2	3	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	10	1	1	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	11	2	1	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	11	1	2	-	-	8	Устный опрос Тестирование
<b>Раздел 3. Основы рекламы</b> Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	14	2	2	-	2	8	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	16	2	2	-	4	8	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	14	2	-	-	4	8	Устный опрос Тестирование
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	14	-	2	-	4	8	Устный опрос Тестирование
Экзамен	36	-	-	-	-	-	
<b>Итого</b>	<b>180</b>	<b>16</b>	<b>36</b>		<b>12</b>	<b>80</b>	

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

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

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

## **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**

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.

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

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.*

#### **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».

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

#### **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**

Форма проведения: семинар, дискуссия.

##### **Вопросы по теме:**

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



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

- 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.

## **7.ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ**

*Данный вид работы не предусмотрен УП*

## **8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

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

*Данный вид работы не предусмотрен УП.*

### 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ


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.).

Форма обучения – очная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
-------------------------	--	---------------------	--

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

	<i>сдаче зачета, экзамена и др.)</i>		
<b>Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.</b> 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
<b>Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.</b> 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
<b>Раздел 3. Основы рекламы</b> 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

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

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 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

## 11. 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, 2021. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476698>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468786>
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469273>

#### 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, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474592>
2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html>

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

3. 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 // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453912>

4. 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

17.05.2021

дата

#### б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс

Система «Антиплагиат.ВУЗ»

MicrosoftOffice 2016 или «Мой офис стандартный»

ОС MicrosoftWindows

Антивирус Dr.Web

#### 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, [2021]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. — Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.


1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. — Москва, [2021]. — URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. — Москва, [2021]. — URL: <https://www.rosmedlib.ru>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. — Томск, [2021]. — URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. — Санкт-Петербург, [2021]. — URL: <https://e.lanbook.com>. — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com> . — Режим доступа : для зарегистрир.

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

пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f9f7e1%40sessionmgr102> . – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

### 3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – 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, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – 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, [2021]. – 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.


Согласовано:

зам нач УИТИТ  
Должность сотрудника УИТИТ

Киричкова  
ФИО

[Подпись]  
подпись

17.05.21  
дата


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

## 12.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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, ЭБС. Площадь 53,88 кв.м.</p>	<p>Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №119</p>

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

<i>Отдел обслуживания научной библиотеки (аудитория 316) 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.</i>	Ульяновская область, г. Ульяновск, ул. Набережная реки Свияги, д. 106 (корпус 1), помещение №78
<i>Читальный зал научной библиотеки (аудитория 237) 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.</i>	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.