


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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета УлГУ
от «29» августа 2023 г., протокол №1 /327

Ректор УлГУ



Б.М. Костишко
«29» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	PR и реклама в молодежной среде
Факультет	фГНиСТ
Кафедра	психологии и педагогики
Курс	3

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 _____ 2023г.

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

Заведующий кафедрой
психологии и педагогики




/С.Н.Митин/

Подпись

ФИО

«29» августа 2023г.

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.1.07) основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Дисциплина «Пиар и реклама в молодежной среде» является необходимым дополнением дисциплины «Преддипломная практика». Полученные знания также пригодятся при подготовке к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

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-3. умеет организовывать процесс информирования молодежи через средства массовой информации о проведении мероприятий в сфере молодежной политики	Знать: основы специфики массовой коммуникации в молодежной среде; Уметь: выбирать способы информирования подростков и молодежи по вопросам предоставления услуг в сфере организации досуга и отдыха; Владеть: навыком взаимодействия с молодежными средствами массовой информации

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

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
		5
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	54	54
Аудиторные занятия:	54	54
лекции	18	18
Семинары и практические занятия	36	36
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	90	90
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
		Аудиторные занятия	Заня		
	о				

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

		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы	групповая активная форма	Самостоятельная работа	контроля знаний
1	2	3	4	5	6	7	
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций. Тема 1. Общие основы СМК	13	2	3	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	12	1	3	-	4	8	Устный опрос Тестирование
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации. Тема 3. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	12	1	3	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 4. Функции и технологии PR. Виды PR.	13	2	3	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 5. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	14	2	4	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 6. Массовая коммуникация, как социальная система	14	2	4	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Тема 7. Функции и роли СМК	14	2	4	-	-	8	Устный опрос Тестирование
Раздел 3. Основы рекламы Тема 8. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	14	2	4	-	2	8	Устный опрос Тестирование
Тема 9. Реклама в сфере молодежной политики	14	2	4	-	4	8	Устный опрос Тестирование
Тема 10. Социальная, политическая и коммерческая реклама.	11	2	-	-	4	9	Устный опрос Тестирование

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

							ние
Тема 11. Связи с общественностью и реклама.	13	-	4	-	4	9	Устный опрос Тестирование
Экзамен	36	-	-	-	-	-	
Итого	180	18	36		18	90	

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.

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. 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

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

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.

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.

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

- 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».

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

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

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.
- 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

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

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

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.

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


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 (<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	8	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	8	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	8	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	8	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	8	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	8	Устный опрос Тестирование

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

	информационного обеспечения дисциплины		
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	8	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	8	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	8	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	9	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	9	Устный опрос Тестирование

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

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

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Пиар 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, 2023. — 155 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518935>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510921>
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511272>

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, 2023. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516689>
 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>
 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>
- Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / Умаров М. - Москва: Альпина Паблицер, 2016. - 230 с. - ISBN 978-5-9614-5746-9. - Текст: электронный // ЭБС "Консультант студента": [сайт]. - URL: <https://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:

Ведущий специалист НБ УлГУ / Терехина Л.А. / *Лид* / 22 05 2023

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

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

Согласовано:


Инженер ведущий /
Должность сотрудника УИИТ

Щуренко Ю.В.
ФИО

подпись

19.05.2023

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)</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.