

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Пиар и реклама в молодёжной среде

по направлению 39.03.03- Организация работы с молодежью (уровень бакалавриата)

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

сформировать комплекс теоретических знаний и прикладных умений по пиар и рекламной деятельности; обучить различным методам и технологиям связей с общественностью и рекламы в сфере молодёжной 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 молодёжную 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 «Пиар и реклама в молодёжной политике» относится к вариативному блоку профессионального цикла ОПОП бакалавриата ОРсМ и ориентирована на получение комплексных знаний в области теории и практики менеджмента в контексте молодёжной политики.

Дисциплина «Пиар и реклама в молодёжной политике» является дополнением, к дисциплине профессионального цикла «Социология» и последующим дисциплинам профессионального цикла «Молодёжные субкультуры», «Информатика», «Демография», «Основы научной деятельности», «Методология научного исследования», «Психология творчества».

3. Перечень планируемых результатов освоения дисциплины

В результате изучения данной дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

- ПК-32 - умение организовывать информационное обеспечение молодежи по реализации молодёжной политики, взаимодействовать с молодёжными средствами массовой информации;

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

- ПК-11 - владение навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме;
- ПК-12 - владение навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики;
- ПК-5 - способностью выявлять проблемы в молодежной среде и вырабатывать их организационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи, умением организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными средствами массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

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);
- 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:

- 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);
- 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:

- - маркетингового проектирования для формирования и продвижения рекламного продукта (инструментальные компетенции);
- - проведения PR-кампаний и составления PR-документов (управленческие компетенции);
- - применять на практике полученные первичные знания в области сбора материала для разработки рекламной кампании и разработки рекламных стратегий и тактик (проективные компетенции).

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

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часов)

5. 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).

6. Контроль успеваемости

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

Промежуточная аттестация проводится в форме: экзамена.