


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 № 10 от 17.06.2024 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	<b>Знать:</b> основы специфики массовой коммуникации в молодежной среде; <b>Уметь:</b> выбирать способы информирования подростков и молодежи по вопросам предоставления услуг в сфере организации досуга и отдыха; <b>Владеть:</b> 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 контроля
		Аудиторные занятия			Занятия	Само-	
		Лекции	Практи	Лаборат			

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

			ческие занятия, семинары	орные работы, практики	ер активной форме	стоя-тельная работа	знаний
1	2	3	4	5	6	7	
<b>Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.</b> 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
<b>Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.</b> 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
<b>Раздел 3. Основы рекламы</b> 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		

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

#### 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

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> )
<b>Раздел 1.</b> 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
<b>Раздел 2.</b> 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
<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	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 мест 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.

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

### ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/вы- пускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п/п а) Список рекомендуемой литературы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Митин С.Н.		17.06.2024
2	Внесение изменений в п/п в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Митин С.Н.		17.06.2024



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

## Приложение 1

### 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, 2024. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543207>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551845>
3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536261>

##### 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, 2024. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07954-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541138>
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, 2024. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16844-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531879>
4. Умаров, М. PR в реальном времени : Тренды. Кейсы. Правила / Умаров М. - Москва : Альпина Паблишер, 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:

Директор научной библиотеки  
*Должность сотрудника научной библиотеки*

Бурханова М.М.  
*ФИО*

*Подпись*

17.05.2024

*дата*

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

## Приложение 2

### *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, [2024]. – 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, [2024]. - 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, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2024]. – 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, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2024]. - 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, [2024].

**3. eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – 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 Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.13.05.2024