

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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета факультета
гуманитарных наук и социальных технологий
от «20» июня 2024 г., протокол № 5
Председатель  С.Н.Митин
«20» июня 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	PR и реклама в молодежной среде
Факультет	Факультет гуманитарных наук и социальных технологий
Кафедра	Кафедра психологии и педагогики
Курс	3

Направление (специальность): 39.03.03 Организация работы с молодежью

Направленность (профиль/специализация): Организация молодежных социокультурных проектов и образовательных программ

Форма обучения: очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

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 Ирина Дмитриевна	Кафедра психологии и педагогики	Профессор, Доктор педагогических наук, Профессор
	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Профессор, Доктор педагогических наук, Профессор

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой психологии и педагогики

/С.Н.Митин/ ФИО
Подпись
«17» июня 2024 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 молодёжной среде по направлению «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 «PR и реклама в молодёжной среде» относится к числу дисциплин блока Б1.В.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 39.03.03 Организация работы с молодежью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-3.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, 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	<p>знать: основы специфики массовой коммуникации в молодежной среде;</p> <p>уметь: выбирать способы информирования подростков и молодежи по вопросам предоставления услуг в сфере организации досуга и отдыха</p> <p>владеть: навыком взаимодействия с молодежными средствами массовой информации</p>

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 часов

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	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. (не менее 2 видов)	Проверка решения задачи (выполнения задания), Тестирование	Проверка решения задачи (выполнения задания), Тестирование
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Экзамен (36)	Экзамен
Всего часов по дисциплине	180	180

4.3. Содержание дисциплины. 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	8
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.							
Тема 1.1. Общие основы СМК	13	2	3	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	12	1	3	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.							
Тема 2.1. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	12	1	3	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.2. Функции и технологии PR. Виды PR.	13	2	3	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.3. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.	14	2	4	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.4. Массовая коммуникация	14	2	4	0	0	8	Тестирование, Проверка

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	8
ия, как социальная система							решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.5. Функции и роли СМК	14	2	4	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Раздел 3. Основы рекламы							
Тема 3.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	14	2	4	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.2. Реклама в сфере молодежной политики	14	2	4	0	0	8	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.3. Социальная, политическая и коммерческая реклама	15	2	4	0	0	9	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.4. Связи с общественностью и реклама.	9	0	0	0	0	9	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Итого подлежит	144	18	36	0	0	90	

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	8	
изучению								

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.

Тема 1.1. Общие основы СМК

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

Тема 1.2. 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.

Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.

Тема 2.1. 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 2.2. 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 2.3. 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.

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

Тема 2.4. Массовая коммуникация, как социальная система

Функции и роли СМК Функции СМК. Типология современных СМК. Роли СМК.

Тема 2.5. 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.

Раздел 3. Основы рекламы

Тема 3.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. История развития рекламного дела. Реклама и ее структура. Рекламная компания

Тема 3.2. 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 3.3. 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 3.4. 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.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.

Тема 1.1. Общие основы СМК

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

Вопросы к теме:

Очная форма

- Возникновение массовых коммуникаций в обществе.
- Работа в группах: Роль и значение массовой коммуникации в современном мире.
- Понятие: Массовая коммуникация – это?

Тема 1.2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.

Вопросы к теме:

Очная форма

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).

Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.

Тема 2.1. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.

Вопросы к теме:

Очная форма

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 2.2. Функции и технологии PR. Виды PR.

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы по теме:

- Функции и технологии PR.

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

• **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 2.3. Возникновение массовых коммуникаций в обществе.

Вопросы к теме:

Очная форма

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 2.4. Массовая коммуникация, как социальная система

Вопросы к теме:

Очная форма

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 2.5. Функции и роли СМК

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

Вопросы к теме:

Очная форма

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.

Раздел 3. Основы рекламы

Тема 3.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.

Вопросы к теме:

Очная форма

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 3.2. Реклама в сфере молодежной политики

Вопросы к теме:

Очная форма

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 3.3. Социальная, политическая и коммерческая реклама

Вопросы к теме:

Очная форма

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

Создание рекламных проектов-роликов по группам:

- 1) Коммерческая реклама
 - 2) Социальная реклама
 - 3) Политическая реклама.
- Значение рекламы в современном обществе.
 - Презентация рекламных проектов

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЭКЗАМЕНУ

1. 1.Формы и функции массовых коммуникаций. Основные методы исследования СМК.
2. 1.Массовая коммуникация. Средства массовых коммуникаций: особенности, задачи и характеристики.
3. PR: история, функции и задачи. Основные принципы PR
4. История развития зарубежной рекламы и рекламы в России.Реклама на телевидении и в периодической печати, на радио и интернет-реклама.
5. PR и смежные понятия: маркетинг, реклама, паблисити, пропаганда
6. 1.Сферы применения PR.
7. Средства массовой информации. Структура системы СМИ (печать, радио, телевидение, интернет).
8. Массовые аудитории: особенности, типы реакций
9. Массовые аудитории: особенности, типы реакций.Влияние СМИ и СМК: убеждение, внушение, манипулирование.
10. Формы и функции массовых коммуникаций
11. Виды манипулирования массовой аудиторией. Виды коммуникации: познавательная, убеждающая, экспрессивная, суггестивная, ритуальная.Эффективность массовой коммуникации.
12. Коммерческая реклама: цель, виды, классификации.
13. Бренд: цель, задачи, влияние. Торговая марка и товарный знак.
14. Структура рекламного сообщения.
15. Политическая реклама: виды, функции, основные заказчики.Технологии политической рекламы.
16. Реклама: цель, функции и принципы.
17. История развития зарубежной рекламы и рекламы в России.
18. Реклама на телевидении и в периодической печати.Реклама на радио и интернет-реклама.
19. Эффективность рекламы и ее влияние на массовую аудиторию.
20. Социальная реклама: типы организаций, функции и задачи. Влияние социальной рекламы.
21. Понятие социальной рекламной компании. Тематика и стилистика социальной рекламы

22. Политический имидж и политическое пространство в рекламе.
23. Креатив и творчество в рекламе.
24. Лидеры мнений. Планирование PR компании.
25. PR в молодежной среде. Реклама: цель, функции и принципы.
26. Эффективность рекламы и ее влияние на массовую аудиторию.

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 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Средства массовых коммуникаций.			
Тема 1.1. Общие основы СМК	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 1.2. СМК и СМИ. Эффективность СМК.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Раздел 2. PR (пиар) и массовые коммуникации.			
Тема 2.1. Теория и история PR. PR в России и за рубежом.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 2.2. Функции и технологии PR. Виды PR.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 2.3. Возникновение	Проработка учебного материала с	8	Вопросы к экзамену,

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
массовых коммуникаций в обществе.	использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.		Тестирование
Тема 2.4. Массовая коммуникация, как социальная система	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 2.5. Функции и роли СМК	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Раздел 3. Основы рекламы			
Тема 3.1. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 3.2. Реклама в сфере молодежной политики	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 3.3. Социальная, политическая и коммерческая реклама	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	9	Вопросы к экзамену, Тестирование
Тема 3.4. Связи с общественностью и реклама.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	9	Вопросы к экзамену, Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная

1. Ковалева А. В. Основы социальной рекламы : учебное пособие / А. В. Ковалева. - 2-е изд. ; пер. и

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

доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 145 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/543207> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12757-7 : 729.00. / .— ISBN 0_525781

2. Коноваленко М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 453 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/551845> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-18861-5 : 1799.00. / .— ISBN 0_524407

3. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник / Л. Н. Федотова. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 449 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536261> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16649-1 : 1779.00. / .— ISBN 0_524183

дополнительная

1. Куличкина Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие / Г. В. Куличкина. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2024. - 197 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/541138> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-07954-8 : 879.00. / .— ISBN 0_522571

2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов ; И. Ш. Резепов. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 224 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75203.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-394-01553-3. / .— ISBN 0_144382

3. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие / Л. В. Селезнева. - Москва : Юрайт, 2024. - 185 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/531879> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16844-0 : 679.00. / .— ISBN 0_525315

4. Умаров М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила : практическое пособие / М. Умаров ; Умаров М. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457469.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-5746-9. / .— ISBN 0_243057

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. - 2020. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_36331.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"

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

- Офисный пакет "Мой офис"

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, [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.

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

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.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления 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. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

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.

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

Разработчик	Доктор педагогических наук, Профессор	Митина Ирина Дмитриевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО