Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Демченко Альберт Михайлович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 02.11.2026 08:33:07
Уникальный программный ключ:
735ac335104bb4cd044a23562564d177d3d81162

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧАЙКОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА»
(ФГБОУ ВО «ЧГАФКиС»)

Кафедра Социально-гуманитарных, педагогических и экономических наук

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по УВР
к.п.н., доцент Фендель Т.В.
_____
«29» октября 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в молодежной политике (Б1.О.33)

Направление подготовки	*39.03.03 Организация работы с молодежью*
Направленность (профиль) программы бакалавриата	*«Координатор молодежных инициатив в образовании и спорте»*
Квалификация выпускника	*бакалавр*
Год начала подготовки (по учебному плану)	*2027*
Форма обучения, семестр	*очная: 5 семестр*
Трудоёмкость по рабочему учебному плану	*зачетных единиц: 3* *часов: 108*
Промежуточная аттестация	*зачет*

Разработчик рабочей программы:
_____
Шорохова Л.Б., к.п.н., доцент

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры СГПиЭН
Протокол от «13» октября 2026 г. №5.

Рабочая программа одобрена на заседании УМС
Протокол от «20» октября 2026 г. №2.

Чайковский 2026

1 Цель и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов системный комплекс знаний и навыков эффективного применения рекламных и PR-технологийи в сфере молодёжной политики.

1.2 Задачи дисциплины

– сформировать знание технологических этапов и инструментов организации массовых молодёжных мероприятий;
– развить умение проектировать и реализовывать целевые рекламные и PR-кампании, программы досуговых и профориентационных мероприятий под разные возрастные группы;
– сформировать практический опыт работы с информационными ресурсами и медиаканалами для продвижения молодёжных событий;
– сформировать понимание правовых и этических рамок работы с молодёжью;
– освоить специфику молодёжной аудитории и адаптировать под неё коммуникационные инструменты.

2 Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в молодежной политике» относится к обязательной части блока «Дисциплины».

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Процесс изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в молодежной политике» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной профессиональной образовательной программой:

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ОПК-5 Способен планировать и организовывать массовые мероприятия для молодежи.	**ОПК-5.1 Знает** технологии планирования и организации массовых мероприятий для молодежи. **ОПК-5.2 Умеет** планировать и разрабатывать планы, программы проведения досуговых мероприятий для детей, подростков и молодежи, организовывать профориентационную работу с молодежью. **ОПК-5.3 Имеет опыт** использования информационных ресурсов общества для более эффективного взаимодействия молодежи со СМИ с целью информирования о мероприятиях в сфере молодёжной политики.

3 Объем дисциплины и виды учебной работы

№	*Виды учебной работы*	*Трудоемкость в часах*	
		5 семестр	*Всего*
1	Контактная работа	48	48
1.1	Занятия лекционного типа	16	16
1.2	Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.) / в т.ч. в форме практической подготовки	32/0	32/0
2	Самостоятельная работа / в том числе подготовка к промежуточной аттестации	60/0	60/0
3	Промежуточная аттестация – зачет	+	+
4	Всего трудоемкость дисциплины: *в академических часах* *в зачетных единицах*	 108 3	 108 3

4 Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств для текущего контроля и проведения промежуточной аттестации обучающихся оформлен как Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины.

5 Структура и содержание дисциплины

5.1 Модульный тематический план

№ темы	*Темы дисциплины*	*Виды учебной работы и трудоемкость, в часах*				*Трудоемкость, в часах*
		Контактная работа			*Самостоятельная работа*	
		Занятия лекционного типа	*Занятия семинарского типа*			
			всего	*в т.ч. в форме практической подготовки*		
1	Понятие, сущность и задачи рекламы и связей с общественностью в молодежной политике. История	2	4	0	6	12
2	Правовое и этическое регулирование рекламной и PR-деятельности в молодежной политике	2	4	0	8	14
3	Классификация средств рекламы и связей с общественностью в молодежной политике	2	4	0	8	14
4	Социально-психологические основы рекламы и PR в работе с молодежью	2	4	0	8	14
5	Фирменный стиль, символика и брендинг молодежных организаций и программ	2	6	0	10	18
6	Организация рекламной и PR-деятельности в органах и учреждениях молодежной политики	4	6	0	10	20
7	Эффективность рекламной и PR-деятельности в	2	4	0	10	16

	молодежной политике					
	Итого:	16	32	0	60	108

Особенности проведения занятий, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья отражены в Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

5.2 Содержание разделов и тем учебной дисциплины

№ темы	*Содержание*
1	*Тема Понятие, сущность и задачи рекламы и связей с общественностью в молодежной политике. История*
	Занятие лекционного типа 1. Предмет и методологические основы курса. Реклама и связи с общественностью в молодежной политике: понятия, функции, задачи, специфика Роль PR в формировании доверия молодежи к государственным институтам и общественным инициативам.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 1-2. История коммуникационного сопровождения молодежной политики в России и зарубежных странах: молодежные организации, советские молодежные медиа, плакат, радиогазеты, современные государственные кампании и проекты.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Подготовить сообщение по вопросам темы: история молодежных медиа, советская и современная социальная реклама, федеральные молодежные проекты, зарубежный опыт коммуникаций с молодежью.
2	*Тема Правовое и этическое регулирование рекламной и PR-деятельности в молодежной политике*
	Занятие лекционного типа 2. Основные нормы правового регулирования рекламной и PR-деятельности. ФЗ «О рекламе», ФЗ «О средствах массовой информации», ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации», ФЗ «О государственной поддержке молодежных и детских общественных объединений». Ответственность участников рекламного и PR-процесса. Кодексы профессиональной этики в рекламе и связях с общественностью.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 3-4. Этика работы с молодежной аудиторией, защита несовершеннолетних, противодействие манипуляциям и экстремистскому контенту.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Решение кейсов в молодежных коммуникациях, этические конфликты, ответственность за недостоверную рекламу.
3	*Тема Классификация средств рекламы и связей с общественностью в молодежной политике*
	Занятие лекционного типа 3. Основные признаки классификации средств рекламы и PR. Реклама в прессе, аудиовизуальная реклама, наружная реклама, печатная продукция, event-коммуникации. Цифровые каналы: сайты, социальные сети, мессенджеры, видеоплатформы, подкасты, инфлюенсеры. Выбор средств рекламы и PR для молодежной аудитории. Особенности SMM, контент-маркетинга, работы с сообществами, UGC и геймификации
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 5-6. Молодежные медиа, социальные сети, event-форматы, работа с лидерами мнений. Медиаплан для одной молодежной акции: цель, аудитория, каналы, контент, частота, KPI.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Подготовить

	сообщение по вопросам темы: молодежные медиа, социальные сети, event-форматы, работа с лидерами мнений.
4	*Тема Социально-психологические основы рекламы и PR в работе с молодежью*
	Занятие лекционного типа 4. Реклама и PR как методы управления восприятием и поведением. Процесс воздействия и восприятия рекламы. Психология молодежной аудитории: ценности, идентичность, мотивация, субкультуры, поколения Y, Z и альфа.
	Занятие семинарского типа (практическое занятие) 7. Доверие к сверстникам, инфлюенсерам и государственным институтам. Вовлечение молодежи через гражданскую активность, волонтерство, творчество, карьерные и образовательные возможности. Этика воздействия и недопустимость манипуляций. *Занятие семинарского типа (практическое занятие) 8.* Рекламный / PR-текст для молодежной аудитории.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Разработать рекламный или PR-текст для молодежной аудитории по заданной теме, форматы на выбор: пост в соцсети, сторис, плакат, слоган, сценарий короткого видео. Обосновать, какие психологические механизмы использованы. Подготовить текст к защите.
5	*Тема Фирменный стиль, символика и брендинг молодежных организаций и программ*
	Занятие лекционного типа 5. Понятие фирменного стиля, айдентики и бренда. Символика и товарные знаки молодежных организаций, движений, форумов и программ. Требования, предъявляемые к товарным знакам. Порядок регистрации товарных знаков. Прекращение правовой охраны товарного знака.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 9-11. Брендинг государственной молодежной политики и молодежных проектов. Фирменный стиль, символика и брендинг молодежных организаций и программ.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Разработать концепцию символики и фирменного стиля для молодежного объединения: название, знак, цвета, шрифты, носители, объяснить, какие ценности и смыслы заложены в концепцию.
6	*Тема Организация рекламной и PR-деятельности в органах и учреждениях молодежной политики*
	Занятия лекционного типа 6-7. Организация рекламной и PR-деятельности в органах по делам молодежи, молодежных центрах, НКО, вузах и молодежных объединениях. Внешние коммуникации учреждения. Интерьер и пространство как средство рекламы и PR.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 12-14. Рекламные и PR-мероприятия: форумы, фестивали, акции, конкурсы, волонтерские проекты. Работа пресс-службы и PR-специалиста в сфере молодежной политики.
	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Подготовить сообщение по теме «средства рекламы и PR в молодежной политике, примеры успешных кампаний».
7	*Тема Эффективность рекламной и PR-деятельности в молодежной политике*
	Занятие лекционного типа 8. Экономическая эффективность рекламных и PR-мероприятий. Коммуникативная, социальная и психологическая эффективность применения средств рекламы и PR.
	Занятия семинарского типа (практические занятия) 15-16. Критерии оценки молодежных кампаний: охват, вовлеченность, тональность, конверсия в участие, изменение установок и поведения. Мониторинг социальных сетей и обратной связи молодежной аудитории.

	Самостоятельная работа. Закрепление материала лекции. Подготовить сообщения по оценке эффективности молодежных рекламных и PR-кампаний (на выбор).

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Рекомендуемая литература

6.1.1 Обязательная литература

1. Радионцева, Е. С. Технологии связей с общественностью : учебное пособие / Е. С. Радионцева. — Омск : Омский государственный технический университет, 2023. — 97 с. — ISBN 978-5-8149-3644-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/140870/details. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-3882-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/145167/details. — DOI: https://doi.org/10.23682/145167. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.1.2 Дополнительная литература

3. Нархова, Е. Н. Коммуникативные технологии в молодежной политике : учебник / Е. Н. Нархова, Д. Ю. Нархов. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2022. — 316 с. — ISBN 978-5-7996-3571-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/161232/details. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
4. Пустовалов, А. В. Информационная деятельность в социальных сетях : учебное пособие / А. В. Пустовалов. — Пермь : Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2024. — 130 с. — ISBN 978-5-7944-4099-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/139945/details. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
5. Сайкин, Е. А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью : учебное пособие / Е. А. Сайкин, З. Н. Сергеева. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2014. – 84 с. – URL: https://www.iprbookshop.ru/44973.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
6. Современные маркетинговые коммуникации: лекции, вопросы, задания, кейсы : учебник / А. М. Пономарева, А. В. Дмитрова, С. И. Клецкая [и др.]. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2026. — 273 с. — ISBN 978-5-9275-5056-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/163419/details. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
7. Соколова, М. М. Технологии формирования имиджа, PR и реклама в социальной сфере : учебное пособие / М. М. Соколова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-7882-3291-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/books/147906/details. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
8. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа IPR CMAPT : [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/books/145168/details. — DOI: https://doi.org/10.23682/145168. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационных технологий

6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п.п.	*Наименование программного продукта*
Лицензионное программное обеспечение	
1.	Kaspersky Endpoint Security 12
2.	Pinnacle Studio 16 Ultimate Corp License (2 -4)
3.	VideoStudio Pro X4 License (1 – 10)
4.	Astra Linux Special Edition
5.	СПС Гарант
6.	MOODL
Свободно распространяемое программное обеспечение	
7.	Яндекс Браузер
8.	Kinovea
9.	STDUViewer
10.	MAX
11.	VLC
12.	PDF 24

6.2.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы		*Ссылка на ресурс*
1.	Электронно-библиотечная система MarcSQL (Электронная библиотека ЧГАФКиС)	http://bibleo.chgafkis.ru/marcweb2/Default.asp
2.	Электронно-библиотечная система «IPR SMART»	https://www.iprbookshop.ru/
3.	Сайт Министерства спорта РФ [электронный ресурс]	http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/
4.	Библиотека международной спортивной информации [электронный ресурс]	http://bmsi.ru/
5.	Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [электронный ресурс]	http://ecsocman.hse.ru/
6.	Справочная правовая система «Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения учебных занятий и помещения для самостоятельной работы обучающихся	*Оборудование и технические средства обучения*
аудитория № 220 учебная аудитория для проведения учебных занятий	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук

г. Чайковский, ул. Ленина, д.67	
аудитория № 221 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, д.67	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: проектор, ноутбук, интерактивная доска
аудитория № 212 учебная аудитория для проведения учебных занятий г. Чайковский, ул. Ленина, 67	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии
аудитория № 207 помещение для самостоятельной работы обучающихся г. Чайковский, ул. Ленина, д.67.	1. Специализированная мебель: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; 2. Технические средства обучения: компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии