

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины Б1.В.01 История рекламы и связей с общественностью

**Направление
подготовки/специальность 42.03.02 «Реклама и связи с общественностью»**

Объем трудоемкости: Объем трудоемкости: 4 зач. ед .- 1 семестр, 3 зач.ед. – 2 семестр

Цель дисциплины:

Целью изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является формирование у студентов универсальных компетенций в области межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте развития рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

В задачи изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» входит обеспечение формирования у студентов универсальных компетенций посредством становления системы знаний, умений, опыта:

- раскрытия социальных проблем и особенностей общественного развития на основе межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах;
- умения выявлять общие закономерности исторического развития рекламы и связей с общественностью в социально-историческом контексте;
- готовности вести авторскую и социально-просветительскую деятельность на основе межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана (Б1.В.01). Освоение содержание дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Социология рекламы», «Психология массовых коммуникаций», «История (история России, всеобщая история)». В основной образовательной программе курс ориентирован на формирование универсальной компетентности бакалавров. Курс рассчитан на два семестра.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Основные разделы дисциплины: Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте; Истоки рекламной коммуникации. Протореклама; Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества; Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст); История развития рекламы и СО в античном обществе; Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре; Рекламно-информационная деятельность в эпоху, Нового времени XVI – XVII вв. (социально-исторический контекст); Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст).

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Бережнова Д.Б.