

## **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 содержания 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.