

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.01 ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 7 зачетных единиц (252 часов), для ЗФО 7 зачетных единицы (252 часов)

Цель освоения 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.	Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний.	<p>Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p>
ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития.	<p>Знает историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Владеет навыками анализа истории России.</p>
ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний.	<p>Знает историческое наследие и социокультурные традиции.</p> <p>Умеет критически анализировать историческое наследие.</p> <p>Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний.</p>

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте.	8	2	2	-	4
2.	Истоки рекламной коммуникации. Протореклама.	14	2	2	-	10
3.	Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества.	14	2	2	-	10
4.	Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст).	14	2	2	-	10
5.	История развития рекламы и СО в античном обществе.	14	2	2	-	10
6.	Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре.	14	2	2	-	10
7.	Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв. (социально-исторический контекст).	16	2	4	-	10
8.	Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст).	14	2	2	-	10
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	108	16	18	-	74
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре, 1 курса (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Развитие рекламы и СО в XX веке (социально-исторический контекст).	10	2	2	-	6
2.	История рекламы и СО в контексте кросс-культурных исследований как межкультурное разнообразие общества.	10	2	2	-	6
3.	Опыт развития рекламы и СО в США.	10	2	2	-	6
4.	Развитие рекламы и СО в России.	10	2	2	-	6
5.	Межкультурные особенности медиавосприятия и рекламной коммуникации в контексте кросс-культурного подхода.	10	2	2	-	6
6.	Влияние социальных медиа на развитие рекламы и СО в современном медиапространстве в этическом и философском контекстах.	10	2	2	-	6
7.	Современные тенденции развития рекламы и СО в этическом контексте. Методы развития медиакомпетентности.	10	2	2		6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	70	14	14	-	42
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	35,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
9.	Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте. Истоки рекламной коммуникации. Протореклама.	29	2	2	-	25
10.	Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества. Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст).	29	2	2	-	25
11.	История развития рекламы и СО в античном обществе.	29	2	2	-	25
12.	Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре. Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв. Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст).	38	2	2	-	34
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		135	8	8	-	119
Контроль самостоятельной работы (КСР)						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3				
Подготовка к текущему контролю		8,7				
Общая трудоемкость по дисциплине		144				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре, 1 курса (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Развитие рекламы и СО в XX веке (социально-исторический контекст). История рекламы и СО в контексте кросс-культурных исследований как межкультурное разнообразие общества.		2	2	-	30
2.	Опыт развития рекламы и СО в США. Развитие рекламы и СО в России.		2	2	-	30
3.	Влияние социальных медиа на развитие рекламы и СО в современном медиапространстве в этическом и философском контекстах. Современные тенденции развития рекламы и СО в этическом контексте. Методы развития медиакомпетентности.			2	-	29
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99	4	6	-	89
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Подготовка к текущему контролю	8,7				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент