

**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*<br>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<br>Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах.<br>Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |

| Код и наименование индикатора*<br>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