

**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. Определяет место и роль России в контексте мирового исторического развития. | <p>Знает историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Умеет определять место и роль России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Владеет навыками анализа и определения роли и места истории России в контексте мирового исторического развития.</p> |
| ИУК-5.4. На основе исторических знаний оценивает историческое наследие и социокультурные традиции. | <p>Знает историческое наследие и социокультурные традиции, опираясь на исторические знания.</p> <p>Умеет на основе исторических знаний оценивать историческое наследие и социокультурные традиции.</p> <p>Владеет навыками оценки исторического наследия и социокультурных традиций, опираясь на исторические знания.</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. | Истоки рекламной коммуникации. Протореклама | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 2. | История развития рекламы и связей с общественностью в античном обществе | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 3. | История развития рекламы и связей с общественностью в Западной Европе в Средние века | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 4. | Рекламно-информационная деятельность в XVI – XVIII вв. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 5. | Особенности развития рекламы в странах Западной Европы в XIX в. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 6. | История развития рекламы и связей с общественностью в Северной Америке в XVIII – XIX вв. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 7. | История развития рекламы и связей с общественностью в России до XIX в. | 11 | 2 | 4 | - | 5 |
| 8. | Развитие рекламы и связей с общественностью в России в XIX - начале XX в. | 7 | 2 | 2 | - | 3 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 72 | 16 | 18 | - | 38 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | 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 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 связей с общественностью в XX в. (социально-исторический контекст). | 16 | 2 | 2 | - | 12 |
| 2. | Межкультурные особенности медиавосприятия и рекламной коммуникации | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 3. | Современные тенденции развития рекламы и связей с общественностью. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 4. | Деятельность специалистов по рекламе и PR в этическом контексте. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 5. | Отечественная реклама в 1917-1941 гг. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 6. | Советская реклама и PR в 1941-1953 гг. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 7. | Советская реклама и PR в период «оттепели», «застоя» и «перестройки» (1950-е – начало 1990-х гг.). | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 106 | 14 | 14 | - | 78 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | | | | |
| | 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 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 |
| 1. | Истоки рекламной коммуникации. Протореклама | 34 | 1 | - | - | 33 |
| 2. | История развития рекламы и связей с общественностью в античном обществе | 33 | 1 | - | - | 33 |
| 3. | История развития рекламы и связей с общественностью в Западной Европе в Средние века. | 34 | 1 | 1 | - | 33 |
| 4. | Рекламно-информационная деятельность в XVI – XVIII вв. | 34 | 1 | 1 | - | 32 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 135 | 2 | 2 | - | 131 |
| | 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 связей с общественностью в XX в. (социально-исторический контекст). | 35 | 2 | 2 | - | 31 |
| 2. | Межкультурные особенности медиавосприятия и рекламной коммуникации | 33 | - | 2 | - | 31 |
| 3. | Современные тенденции развития рекламы и связей с общественностью. Деятельность специалистов по рекламе и PR в этическом контексте. Отечественная реклама в 1917-1941 гг. Советская реклама и PR в 1941-1953 гг. Советская реклама и PR в период «оттепели», «застоя» и «перестройки» (1950-е – начало 1990-х гг.). | 31 | - | - | - | 33 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 99 | 2 | 2 | - | 95 |
| | 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 К.В. Виноградова, доцент, канд. ист. наук, доцент