

**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.	Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте.	9	2	2	-	5
2.	Истоки рекламной коммуникации. Протореклама.	9	2	2	-	5
3.	Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества.	9	2	2	-	5
4.	Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст).	9	2	2	-	5
5.	История развития рекламы и СО в античном обществе.	9	2	2	-	5
6.	Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре.	9	2	2	-	5
7.	Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв. (социально-исторический контекст).	11	2	4	-	5
8.	Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст).	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 СО в XX веке (социально-исторический контекст).	16	2	2	-	12
2.	История рекламы и СО в контексте кросс-культурных исследований как межкультурное разнообразие общества.	15	2	2	-	11
3.	Опыт развития рекламы и СО в США.	15	2	2	-	11
4.	Развитие рекламы и СО в России.	15	2	2	-	11
5.	Межкультурные особенности медиавосприятия и рекламной коммуникации в контексте кросс-культурного подхода.	15	2	2	-	11
6.	Влияние социальных медиа на развитие рекламы и СО в современном медиапространстве в этическом и философском контекстах.	15	2	2	-	11
7.	Современные тенденции развития рекламы и СО в этическом контексте. Методы развития медиакомпетентности.	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
9.	Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте. Истоки рекламной коммуникации. Протореклама.	34	1	-	-	33
10.	Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества. Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст).	33	1	-	-	32
11.	История развития рекламы и СО в античном обществе.	34	1	1	-	32
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).	34	1	1	-	32
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	135	4	2	-	129
	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.	35	2	2	-	31
2.	Опыт развития рекламы и СО в США. Развитие рекламы и СО в России.	33	-	2	-	31
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.	31	-	-	-	31
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	99	2	4	-	93
	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