

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1 семестр

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- познакомить с профессиональной терминологией;
- изучить особенности развития рекламы и связей с общественностью в России и зарубежных странах;
- определить параметры периодизации истории рекламы и связей с общественностью;
- обосновать роль коммуникативной революции в истории рекламы и связей с общественностью;
- выявить основные характеристики каждого этапа в истории рекламы и связей с общественностью.

### Задачи:

помочь студентам получить основы профессиональных знаний, которые в дальнейшем могут быть ими использованы при освоении специальных дисциплин, различных профессиональных технологий и приемов.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в истории человеческой деятельности» находится в базовой части учебного плана ОПОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

### Пререквизиты дисциплины:

дисциплина опирается на знания предметов основной образовательной программы среднего (полного) общего образования: истории и обществознания.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и	<i>частично</i>	<b>Знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- закономерности развития рекламы и связей с общественностью;</li><li>- основные профессиональные термины.</li></ul> <b>Уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять тенденции развития рекламы и связей с общественностью в разные эпохи;</li><li>- вычленять основные характеристики этапов развития рекламы и связей с общественностью;</li><li>- анализировать национально-исторические особенности развития рекламы и связей с общественностью.</li></ul>

(или) коммуникационных продуктах		<b>Владеть:</b> - приемами исторического анализа особенностей развития рекламы и связей с общественностью.
--	--	--

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Общие закономерности развития рекламы и связей с общественностью

Коммуникативная революция как основа периодизации истории рекламы и связей с общественностью

Реклама и связи с общественностью между первой и второй коммуникативными революциями

Реклама и связи с общественностью между второй и третьей коммуникативными революциями

Реклама и связи с общественностью между третьей и четвертой коммуникативными революциями

Реклама и связи с общественностью в эпоху четвертой коммуникативной революции

Реклама и связи с общественностью – современная технология управления обществом

Перспективы развития рекламы и связей с общественностью в современном обществе

#### 5. ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ – экзамен

#### 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 12

Составитель: *С.Ю. Соколова* доцент кафедры ЖРСО Соколова С.Ю.

Заведующий кафедрой ЖРСО *Ж.В. Латышева* д.ф.н., профессор Латышева Ж.В.

Председатель Учебно-методической комиссии *Ж.В. Латышева* Латышева Ж.В., зав.каф.  
ЖРСО, д.ф.н., профессор.

Директор института *Е.М. Петровичева* д.и.н., профессор, Петровичева Е.М.

Дата: 11.09.2019

Печать института

