

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГАБОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»
Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____ М.И. Рыхтик
" ____ " _____ 20 __ г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.В.15 История рекламы и связей с общественностью

Бакалавриат

Направление подготовки

42.03.01. - «Реклама и связи с общественностью»

Профили подготовки (специализация) – «Реклама и связи с общественностью
в политике и коммерции»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

2022

1. Место и цели дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «История рекламы и СО» включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений в соответствии с учебным планом направления 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» (квалификации «Бакалавр»).

Она изучается в первом семестре первого курса параллельно со следующими дисциплинами базового и профессионального цикла: «Современный русский язык», «История», «Введение в коммуникационные специальности».

Дисциплина поможет при изучении курсов «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Основы связей с общественностью», а также при написании курсовых работ.

Целями освоения дисциплины являются:

Познакомить студентов с историей и особенностями современного этапа развития рекламы и PR в России и за рубежом, а также с основами профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, ключевыми понятиями, базовыми технологиями.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
УК-5 <i>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</i>	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.	<i>Знать</i> основные понятия и теоретические основы философии и законы исторического развития; <i>Уметь</i> использовать законы исторического развития, межкультурного взаимодействия. <i>Владеть</i> межкультурной и межличностной коммуникации, этикой и эстетическими основами;	Задача (практическое задание) Собеседование Тест Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты Творческое задание

	УК-5.2. Умеет вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм.	<i>Знать</i> основы принципы ведения диалога, национальные особенности, традиции, национальный этикет; <i>Уметь</i> работать в различных сложных условиях, в различных национальных и культурных традициях <i>Владеть</i> навыками поиска и анализа информации по истории предмета, навыками коммуникационного медежмента.	Задача (практическое задание) Собеседование Тест Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты Творческое задание
ПКР-9. <i>Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</i>	ПКР-9.1. Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). ПКР-9.2. Владеет техниками организации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	<i>Знать</i> структуру и методы проведения работы со СМИ ; <i>Уметь</i> планировать различные рекламные, организационные мероприятия; <i>Владеть</i> навыками распространения рекламной продукции и создания презентационный материалов. <i>Знать</i> методы организации и проведения коммуникационных кампаний <i>Уметь</i> составить план, организовать рекламные кампании и проекты по связям с общественностью <i>Владеть</i> организаторскими и коммуникационными навыками	Задача (практическое задание) Собеседование Тест Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты Творческое задание

3. Структура и содержание дисциплины (модуля) «История рекламы и СО»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа, из них 34 часа составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (32 часа - занятия лекционного типа, 2 часа - КСР), 36 контроль и 74 выделяется на самостоятельную работу студента.

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),	Всего (часы)	В том числе	
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них	Самостоя

форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего	тепловая работа обучающегося, часы
			ч н а я	ч н а я	ч н а я		
Тема 1 Понятия «реклама» и «связи с общественностью»: цели, задачи, сущность, общее и различное.							
Тема 2. Культовая протореклама: самоидентификация, символизация, привлечение внимания.							
Тема 3. Варианты предметно-изобразительной рекламы в городе Помпеи. Античная политическая протодейтельность СО: Цицерон, Цезарь.							
Тема 4. Институт глашатаев. Герольды. Конфессиональная реклама. Донаторы.							
Тема 5. История возникновения рекламы и СО в Европе. Особенности цеховой эмблематики. Начало печатной и газетной рекламы в Европе. Экслибрисы.							
Тема 6 История развития рекламы и СО в Европе в 16-17 веке: Ришелье, Ренодо, Хоутон.							
Тема 7. Реклама эпохи Ренессанса и Просвещения. Особенности правления Людовика XIV с точки зрения СО. История распространения колониальных торгов.							
Тема 8. Этапы становления и развития связей с общественностью в США.							

Тема 9. История развития рекламы в России История плаката в послереволюционной России. Агитационно-пропагандистская реклама в СССР.							
Тема 10. Контрольная работа							
Промежуточная аттестация: экзамен							

4. Образовательные технологии

Рекомендуемые **образовательные технологии**: лекции и самостоятельная работа студентов.

Активные формы занятия

- Лекции – дают основы теоретических подходов к изучению основ интегрированных коммуникаций.
- Интерактивные формы занятий.
- Дискуссии – формируют умение анализировать и систематизировать нормативно-правовые акты в сфере связей с общественностью и рекламы. Студенты отрабатывают способности по аргументации собственного мнения, видения, межличностной коммуникации.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства по итогам освоения дисциплины.

Для успешного изучения материала в библиотеке ИМОИ есть литература (учебники с грифом Министерства образования РФ, монографии, статьи в профессиональных журналах) по каждой теме курса, многие материалы доступны онлайн.

Устный опрос проводится на 14 неделе изучения курса «История рекламы и СО» Количество часов самостоятельной работы, отведенной на подготовку к устному опросу: 36 часов. Во время устного опроса планируется проверить знания студентов после прочтения рекомендованной тематической литературы, а так же планируется проверить навыки систематизации и интерпретации информации; навыки аргументации речи и включения в дискуссию. На последней неделе проводится письменный опрос (контрольная работа), целью которого является проверка усвоенных студентами терминов и понятий, включенных в курс.

6. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

Учебный курс «История рекламы и СО» содержит формы промежуточной аттестации, которые контролируют процесс формирования компетенций УК-5, ПКР-9. Экзамен: проводится в 1 семестре в форме ответов на вопросы.

6.1. Оценочные средства форм текущего контроля успеваемости:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Индикаторы	Критерии оценивания (дескрипторы)
------------	-----------------------------------

компетенции	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»
<u>Знания</u> <i>Знать</i> основные понятия и теоретические основы философии и законы исторического развития основы принципы ведения диалога, национальные особенности, традиции, национальный этикет	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном материале	знание основного материала с рядом негрубых ошибок	знание основного материала с рядом заметных погрешностей	знание основного материала с незначительными погрешностями	знание основного материала без ошибок и погрешностей	знание основного и дополнительного материала без ошибок и погрешностей

Умения использовать законы историческог о развития, межкультурн ого взаимодейств ия, работать в различных сложных условиях, в различных национальны х и культурных традициях	Полн ое отсут ствие умени я	Отсутст вие умения налажив ать внутрик омандну ю коммуни кацию	Умение использов ать отдельны е методы межкульт урной коммуник ации	Умение использов ать отдельны е нормы межкульт урной коммуник ации при анализе професси ональных ситуаций при наличии незначите льных ошибок	Умение использо вать отдельн ые нормы межкуль турной и межгруп повой коммуни кации при анализе професс иональн ых ситуаци й	Умение использо вать нормы межкуль турной и межгруп повой коммуни кации професс иональн ых ситуаци й	Умение использ овать нормы межкуль турной и межгруп повой коммун икации анализе професс иональн ых ситуаци й и способн ость принима ть решение на основе проведе нного анализа
--	--	---	---	---	---	--	--

Навыки <i>Владеть</i> межкультурной и межличностной коммуникации, этикой и эстетическими основами; навыками поиска и анализа информации по истории предмета, навыками коммуникационного междемента	полное отсутствие навыков тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	отсутствие навыков тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	наличие минимальных навыков тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	осредственное владение навыками тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	достаточное владение навыками тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	хорошее владение навыками тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	всестороннее владение навыками тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

ПКР-9 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Индикаторы компетенции	Критерии оценивания (дескрипторы)						
	«плохо»	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«очень хорошо»	«отлично»	«превосходно»

<u>Знания</u> структуру и методы проведения работы со СМИ; пентоды организации и проведения коммуникационных кампаний	отсутствие знаний материала	наличие грубых ошибок в основном материале	знание основного материала с рядом негрубых ошибок	знание основного материала с рядом заметных погрешностей	знание основного материала с незначительными погрешностями	знание основного материала без ошибок и погрешностей	знание основного и дополнительным материала без ошибок и погрешностей
<u>Умения</u> планировать различные организационные мероприятия; составить план, организовать рекламные кампании и проекты по связям с общественностью	полное отсутствие умения	отсутствие умения планировать различные рекламные, организационные мероприятия;	умение использовать отдельные методы планирования различных рекламных, организационных мероприятий;	умение использовать отдельные методы планирования различных рекламных, организационных мероприятий при наличии незначительных ошибок	умение использовать отдельные методы планирования различных рекламных, организационных мероприятий при анализе профессиональных ситуаций	умение использовать отдельные методы планирования различных рекламных, организационных мероприятий;	умение использовать отдельные методы планирования различных рекламных, организационных мероприятий при анализе профессиональных ситуаций и способность принимать решение на основе проведенного анализа

Навыки <i>Владеть</i> навыками распространения рекламной продукции и создания презентационный материалов. организаторскими и коммуникационными навыками	полное отсутствие навыков	отсутствие навыков поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.	наличие минимальных поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.	посредством владения навыками поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.	достаточное владение навыками и тайм-менеджмента, межгрупповой и межличностной коммуникации.	хорошее владение навыками и поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.	всестороннее владение навыками и поиска и анализа информации для решения различных организационных целей и задач.
Шкала оценок по проценту правильно выполненных контрольных заданий	0 – 20 %	20 – 50 %	50 – 70 %	70-80 %	80 – 90 %	90 – 99 %	100%

Самостоятельная работа студента при подготовке к экзамену.

Выставление экзаменационной оценки по дисциплине (промежуточная аттестация в рамках реализации ОПОП) возможна на основе итогов текущего контроля успеваемости студента (по результатам контрольных работ, отдельных и групповых выступлений на занятиях, участия в групповых дискуссиях и «круглых столах»).

В случае несогласия с предложенной оценкой студент сдает экзамен на основе предложенных вопросов. Успешной сдачи экзамена будет способствовать глубокое усвоение теоретических основ дисциплины, раскрытие сущности основных положений, категорий, проблемных аспектов и анализ фактического материала в рамках предложенных экзаменационных вопросов. Система индивидуальной самостоятельной работы должна быть также подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии.

Бесспорным фактором успешного освоения дисциплины является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего семестра. В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по предмету. В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной

дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, проконсультироваться с преподавателем.

Типовые темы групповых дискуссий и круглых столов:

1. Разнообразие диффиниций «Связи с общественностью», «реклама».
2. Что можно назвать «проторекламой»?
3. Начало развития рекламной и деятельности по связям с общественностью.
4. Перспективы развития СО и рекламы в России и мире.
5. Специфика современных СО и рекламы в России.
6. Цнности, этические принципы: необходимость формирования.
7. Пресс-агент, журналист и специалист по связям с общественностью: общее и различное.

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. PR и реклама: общее и различное. Преимущества и недостатки PR и рекламы.
2. Культовая протореклама: самоидентификация, символизация, привлечение внимания.
3. Варианты предметно-изобразительной рекламы в городе Помпеи.
4. Античная политическая протодеятельность СО: Цицерон, Цезарь
5. Институт глашатайства. Функции глашатаев. Герольды.
6. Конфессиональная реклама. Донаторы.
7. История возникновения рекламы и СО в Европе. Особенности цеховой эмблематики.
8. Начало печатной и газетной рекламы в Европе. Эклибрисы.
9. История развития рекламы и СО в Европе в 16-17 веке: Ришелье, Ренодо, Хоутон.
10. Реклама эпохи Ренессанса и Просвещения. Особенности правления Людовика XIV с точки зрения СО.
11. История распространения колониальных товаров: чай, кофе, фарфор, специи и т.д.
12. Этапы становления и развития связей с общественностью в США.
13. Бостонское чаепитие.
14. Ф. Барнум и его вклад в развитие СО.
15. Элементы российской проторекламы.
16. Деятельность Э.Бернейза, его вклад в развитие СО и рекламы.
17. Деятельность Уонамейкера и Пауэрса, их вклад в развитие СО и рекламы.
18. Первые ценники. История появления.
19. История развития рекламы в России (до 1917 года).
20. История плаката в послереволюционной России. Агитационно-пропагандистская реклама в СССР.

Критерии оценок для экзамена:

Оценка	Уровень подготовки
--------	--------------------

Превосходно	<p>Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на занятиях. Превосходная подготовка с очень незначительными погрешностями. Идеальная, продуманная, подготовленная самопрезентация.</p> <p>100 %-ное выполнение контрольных экзаменационных заданий</p>
Отлично	<p>Высокий уровень подготовки с незначительными ошибками. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждает теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на занятиях. Уровень существенно выше среднего с некоторыми ошибками. Подготовлена и хорошо аргументирована самопрезентация.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий на 90% и выше</p>
Очень хорошо	<p>Хорошая подготовка. Студент дает ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Студент активно работал на занятиях. В целом хорошая подготовка с рядом заметных ошибок. Подготовлена, но не достаточно хорошо аргументирована самопрезентация.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 80 до 90%.</p>
Хорошо	<p>В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Студент дает полный ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Допускаются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент работал на занятиях. Хорошая подготовка, но со значительными ошибками. Подготовлена самопрезентация.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 70 до 80%.</p>

Удовлетворительно	<p>Минимально достаточный уровень подготовки. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при характеристике нормативно-правовой базы валютного регулирования, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Студент редко посещал занятия. Подготовлена самопрезентация, удовлетворяющая минимальным требованиям.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 50 до 70%.</p>
Неудовлетворительно	<p>Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий. Необходима дополнительная подготовка для успешного прохождения экзамена. Не подготовлена самопрезентация.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий до 50%.</p>
Плохо	<p>Подготовка абсолютно недостаточная. Студент не отвечает на поставленные вопросы. Студент отсутствовал на большинстве лекционных занятий. Подготовка совершенно недостаточна.</p> <p>Выполнение контрольных экзаменационных заданий менее 20 %.</p>

Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), характеризующих сформированность компетенций:

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- устные и письменные ответы на вопросы во время выступлений, контрольной работы, касающиеся знаний необходимых для запоминания фактов, событий, понятий, категорий и т.п.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- практические контрольные задания (далее – ПКЗ) нескольких типов, устные и письменные ответы на вопросы во время выступлений, экзамене, касающиеся понимания процессов, происходивших в истории международных отношений нового и новейшего времени, выявления причинно-следственных связей, способности осмысливать суть событий, анализировать перспективы и т.п.

ПКЗ разделяются также на простые и комплексные задания. К простым ПКЗ, применяемых, в основном, для оценки умений, можно отнести: письменный ответ на вопросы в контрольной работе в виде краткой формулировки действий, которые следует выполнить, или описание результата, который нужно получить.

Комплексные задания, применяющиеся, прежде всего, для оценки владений, представляют собой коллективное выполнение проектов в виде докладов и выступления с презентацией анализа этапов развития рекламы и связей с общественностью, а также «мозговой штурм» во время дискуссий, что требует многоходовых решений как в типичной, так и в нестандартной ситуациях.

Для проведения итогового контроля сформированности компетенции используются:
- участие в дискуссиях, написание контрольной работы, устный опрос на экзамене.

Типовые темы контрольных работ:

Вариант 1:

1. Функции рекламы
2. Отличие СО от журналистики

Вариант 2:

1. Этапы развития СО в США
2. Основные виды рекламы в России 9-10 века

Вариант 3:

1. Этические кодексы рекламной и деятельности СО
2. Отличие пропаганды от СО

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «История рекламы и связей с общественностью»

1. Фундаментальная библиотека ННГУ <http://www.lib.unn.ru/>
2. Консультант студента <http://www.studentlibrary.ru/>
3. Лань <http://e.lanbook.com/>
4. Знаниум <http://znanium.com/>

А) Основная литература:

1. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс] / Трушина Л. Е. - М. : Дашков и К, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394010873.html>
2. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс] / Евстафьев В.А. - М. : Дашков и К, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026867.html>
3. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Горохов В.М., Гринберг Т.Э. - М. : Аспект Пресс, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708967.html>
4. Основы рекламы [Электронный ресурс] / Панкратов Ф. Г. - М. : Дашков и К, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394018046.html>
5. Мамаева В.Ю. История рекламы: методические указания к освоению курса. <http://e.lanbook.com/book/12794#authors>

Б) Дополнительная литература:

1. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б.Р. Мандель - М. : ФЛИНТА, 2013. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976516335.html>

2. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Шарков Ф.И. - М. : Дашков и К, 2010. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394002991.html>
3. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа?: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Журналистика" и "Реклама" Учебное пособие / Ученова В.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 248 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-238-01326-8 <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882476>
4. Тангейт М. Всемирная история рекламы. https://e.lanbook.com/book/87956#book_name

Интернет-ресурсы:

1. Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство [электронный ресурс] // www.pr-club.com
2. Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // www.sostav.ru,
3. Сайт АКАР (Ассоциации коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс] <http://www.akarussia.ru/>
4. Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // www.advertology.ru.
5. Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>
6. Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для обучения студентов названной дисциплине имеются в наличии: специальные кабинеты, оборудованные мультимедийными средствами обучения; методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ по направлению по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью»

Автор:

доцент кафедры социально-политических коммуникаций, к.п.н.

Кузнецова Н.А.

Рецензент:

Заведующий кафедрой социально-политических коммуникаций:
Профессор, д.ф.н.

Фортунатов А.Н.

Программа одобрена на заседании Ученого Совета ИМОМИ ННГУ от _____ года, протокол № ____.