

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом ННГУ
протокол № 6
"31" мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

История рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки – «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»,
«Реклама и связи с общественностью в системе ГМУ»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Нижегород
2023

1. Место и цели дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» в структуре ОПОП

| | |
|---|--|
| Место дисциплины в учебном плане образовательной программы | Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД |
| Б1. В. 14 Часть, формируемые участниками образовательных отношений | Б1. В. История рекламы и связей с общественностью, 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью |

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП, реализуемой по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, код дисциплины в учебном плане Б1.В.14.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине «История рекламы и связей с общественностью», 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** | |
| ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; | <p>Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и копирайтинга;</p> <p>Владеть навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга</p> | <i>Дискуссия, тест, вопросы к зачету</i> |
| | ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; | <p>Знать специфику проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности знания о специфике проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> | |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | <p>ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>ПК-4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> | <p>Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни;</p> <p>Знать технологии создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Владеть практическими навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>Знать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Владеть практическими навыками участия в деятельности по формированию положительного имиджа организации, паблисити, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> | |
| <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> | <p>УК-5.1. Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ.</p> | <p>Знает основы философских знаний, этапы исторического развития философских знаний, основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов; основные этапы и закономерности научного развития в общегуманитарных областях, содержание важнейших теоретических концепций, в том числе связанных с изучением мировоззренческой специфики культурных сообществ, а также видение возможности их применения в учебной</p> | <p><i>Дискуссия, тест, вопросы к зачету</i></p> |

| | | | |
|----------------------------|---|---|--|
| | | <p>деятельности;</p> <p>Умеет использовать основы философских знаний и знания об этапах исторического развития философских знаний для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов; формулировать выводы и гипотезы, а также решать задачи в области системного анализа с применением соответствующих теорий и методов</p> <p>Владеет навыками анализа и синтеза восприятия и использования философских и исторических концепций с целью применения в социально-экономических дисциплинарных областях; навыками анализа и синтеза восприятия и использования теоретического материала с целью применения в различных дисциплинарных областях</p> <p>Знает специфику толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий;</p> <p>Умеет использовать знания о специфике толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет навыками саморефлексии в процессе анализа практической деятельности, связанной с толерантным восприятием социальных и культурных различий, уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям</p> | |
| ПК-13. Способен соотносить | УК-5.2. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям | ПК-13.1. При реализации | <p><i>Дискуссия, тест, вопросы</i></p> |
| | | Знать основные положения | |

| | | | |
|---|--|--|---|
| <p>деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов</p> | <p>профессиональной деятельности опирается на принципы и требования профессиональных этических стандартов;</p> <p>ПК-13.2. Демонстрирует понимание ответственности перед аудиторией в процессе продвижения коммуникационного продукта.</p> | <p>профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Уметь соотносить принципы и требования профессиональных этических стандартов в сфере рекламы и связей с общественностью с практической деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть навыками рефлексии и саморефлексии практической деятельности в области рекламы связей с общественностью в процессе применения требований профессиональных стандартов.</p> <p>Знать положения деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций.</p> <p>Уметь применять принципы деонтологических документов в области журналистики и массовых коммуникаций, осознавать в процессе практической деятельности необходимость следования принципам социальной ответственности перед аудиторией;</p> <p>Владеть навыками рефлексии и саморефлексии осознания ответственности перед аудиторией в рамках анализа практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> | <p><i>к зачету</i></p> |
| <p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <p>УК-6.1. Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.</p> | <p>Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития;</p> <p>Умеет использовать в практической деятельности основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития;</p> <p>Владеет практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных</p> | <p><i>Дискуссия, тест, вопросы к зачету</i></p> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>образовательных программ.</p> <p>УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p> | <p>Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей;</p> <p>Владеет навыками учебной и трудовой дисциплины, способностью структурировать и организовывать собственную учебную и трудовую деятельность, а также другие сферы деятельности, связанные с приобретением дополнительных профессиональных, коммуникативных и других (связанных с трудовой деятельностью) навыков и умений</p> | |
|--|--|--|--|

3. Структура и содержание дисциплины «История рекламы и связей с общественностью»

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

| | |
|---|------------------------------|
| | очная форма обучения |
| Общая трудоемкость | 4 ЗЕТ |
| Часов по учебному плану | 144 |
| в том числе | |
| аудиторные занятия (контактная работа): | |
| - занятия лекционного типа | 28 |
| - занятия практического типа | 14 |
| самостоятельная работа | 100 |
| Промежуточная аттестация – экзамен/зачет | Экзамен, 2 часа КСИРФ |

Структура дисциплины

[illegible]

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|--|--|---|--|---|---|---|--|--|--|--|--|--|----|---|
| Тема 4. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени. | 12 | | | 2 | | 2 | | | | | | | | | 9 | 6 |
| Тема 5. Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв. | 14 | | | 2 | | 2 | 2 | | | | | | | | 9 | 4 |
| Тема 6. История связей с общественностью в США в XX веке. Актуальные аспекты PR-деятельности в США. | 14 | | | 2 | | 2 | 2 | | | | | | | | 9 | 6 |
| Тема 7. Российский опыт в сфере публичных коммуникаций: исторические аспекты и современность. | 14 | | | 1 | | 1 | | 2 | | | | | | | 12 | 6 |
| Тема 8. История рекламы: Древний Восток, античность, Средневековье, Новое время | 14 | | | 1 | | 1 | | | | | | | | | 12 | 4 |
| Тема 9. История рекламы в XIX веке. Западная Европа и США | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Тема 10. История российской рекламы в дореволюционный период | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Тема 11. Советская реклама как культурный и социальный феномен | 14 | | | 1 | | 1 | | 2 | | | | | | | 12 | 6 |

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на экзамене. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

Промежуточная аттестация проходит в форме экзамена, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ связей с общественностью: содержание ключевых понятий, основных теоретических подходов и исторических корней связей с общественностью; историю и основные теории связей с общественностью; особенности современных цивилизационных условий, в которых осуществляются информационно-коммуникативные процессы, используются интегрированные информационно-коммуникативные технологии; основы сегментирования общественности, особенности профессиональной деятельности в пресс-службах, отделах по связям с общественностью, информационных агентствах, средствах массовой информации; основы копирайтинга, медиапланирования, специфику деятельности консалтинговых агентств. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

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

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

| Уровень сформированности компетенции (индикаторы достижения компетенции) | Шкала оценивания сформированности компетенций | | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|---|---|
| | плохо | неудовлетворительно | удовлетворительно | хорошо | очень хорошо | отлично | превосходно |
| | Не зачтено | | зачтено | | | | |
| <u>Знания</u> | Отсутствие знаний теоретических о материалах. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели несколько грубых ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок. | Уровень знаний выше, соответствующем программной подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний выше, соответствующем программной подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний выше, соответствующем программной подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний выше, соответствующем программной подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок |
| <u>Умения</u> | Отсутствие минимальных | При решении стандартных | Продемонстрированы | Продемонстрированы | Продемонстрированы | Продемонстрированы | Продемонстрированы |

| | | | | | | | |
|---------------|--|---|---|--|--|---|--|
| | умений Невозможн ть оцен наличие умений вследствие отказа обучающег я от ответа | задач продемонст рованы основные умения. Имели ме грубые ошибки. | основные умения. Решены типовые задачи негрубыми ошибками. Выполнены все зада но не полном объеме. | основные умения. Решены основные задачи негрубыми ошибками. Выполнены задания, но некоторы недочетами. | основные умения. Решены основные задачи Выполнены задания, но некоторы недочетами. | основные умения, реш ы основные задачи отдельным несуществе ым недочетами выполнены все задани полном объеме. | основные умения,. Решены основные задачи. Выполнены все задания полном объеме недочетов |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие владения материалом Невозможн ть оцен наличие навыков вследствие отказа обучающег я от ответа | При решен стандартны задач продемонст рованы базовые навыки. Имели ме грубые ошибки. | Имеется минимальн набор навыков решения стандартны задач некоторыми недочетами | Продемонстр ованы базов навыки при решен стандартных задач некоторыми недочетами | Продемонстр ованы базов навыки при решен стандартных задач ошибок недочетов. | Продемонс ированы навыки при решен нестандарт х задач ошибок недочетов. | Продемонс ирован творческий подход решению нестандарт х задач |

Шкала оценки при промежуточной аттестации

| Оценка | | Уровень подготовки |
|---------|-------------------|---|
| зачтено | Превосходно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «превосходно» |
| | Отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» |
| | Очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» |
| | Хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» |
| | Удовлетворительно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |

| | | |
|------------|---------------------|--|
| | | компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | Неудовлетворительно | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций сформирована на уровне «плохо» |
| | Плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

6.2.Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

| Вопросы | Код компетенции (согласно РПД) |
|--|--------------------------------|
| 1. Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью. | УК-5 |
| 2 Формирование публичных коммуникаций в первобытном обществе. | УК-5 |
| 3. Публичные коммуникации в античности (Древняя Греция). | УК-5 |
| 4. Образ власти и правителя в Древнем Риме. | УК-5 |
| 5. Политические коммуникации в Средневековье. | УК-5 |
| 6. Роль церкви в развитии коммуникации в период Средних веков. | УК-5 |
| 7. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени. | УК-5 |
| 8. «Государь» Н. Макиавелли как руководство правителю Нового времени. | ПК-13 |
| 9. «Информационная война» в преддверии и в период Великой французской революции. | ПК-4 |
| 10. Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков в контексте формирования имиджа власти | УК-6 |
| 11. История политических коммуникаций в США в XVIII-XIX вв. | УК-5 |
| 12. Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783). | УК-5 |
| 13. Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке. | УК-5 |
| 14. Развитие рекламы в США в XVIII-XIX вв. | УК-5 |

| | |
|--|------|
| 15. PR и реклама в коммерческой сфере в США в начале XX века. | УК-5 |
| 16. Роль Эдварда Бернайза в истории рекламы и паблик рилейшнз. | УК-5 |
| 17. Этапы истории развития западноевропейской рекламы. | УК-5 |
| 18. История рекламы во Франции и Англии в XIX- XX вв. | УК-5 |
| 19. Политические коммуникации в России в имперский период | УК-5 |
| 20. Социальные и политические коммуникации в советский период. | УК-5 |
| 21. История русской рекламы в XIX веке. | УК-5 |
| 22. Специфика рекламы в советский период. | УК-5 |

6.1. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

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

- Круглый стол,
- Дискуссия,
- Устные сообщения.

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

- Выполнение контрольных заданий по заданным темам, предполагающие самостоятельную работу с научной литературой, умение применять принципы психологического воздействия в исследуемом материале.

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Типовое задание (круглый стол) по разделу 4: «Имидж Наполеона Бонапарта в системе публичных коммуникаций Нового времени». УК-6

Типовое задание (доклад) по разделу 5: «Политическая символика публичной коммуникации в период Американской революции». ПК-4

Типовые задания (круглый стол) по разделу 6: ««Век эгоизма» (д/ф ВВС, 2004): история создания институтов паблик рилейшнз в США в начале XX века»; «Эдвард Бернайз как практик теоретик PR- деятельности», «Х/ф «Здесь курят!»: специфика лоббирования в системе PR- деятельности в США на современном этапе». ПК-13

Типовое задание (доклад) по разделу 8: «Формирование институтов по связям с общественностью в современной России. Опыт успешных PR-кампаний». ПК-4

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Всемирная история рекламы / Марк Тангейт ; Пер. с англ. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 286 с. - [Электронный ресурс] URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961457872.html> - [КС]
2. Основы рекламы: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013. - 540 с. - [Электронный ресурс] URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394018046.html> - [КС]
3. Макарова Л.С., Толстунова М.А. «Психология массовой коммуникации», размещенного в ФЭОР ННГУ <http://www.unn.ru/books/resources.html>. Дата издания **18.03.2013**. [ФЭОР]

7.2. Дополнительная литература

1. Катлип С., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз. Теория и практика. - М., 2003. - [Ф-4]
2. Ученлова В.В., Старых Н.В. история рекламы. - СПб., 2002. - [Ф-3]
3. Мединский В.Р. Негодяи и гении PR.- СПб., 2008. - [Ф-1]
4. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR. Учебное пособие.- М., 2001. - [Ф-2]
5. Политические коммуникации. Учебное пособие. - М., 2004. - [Ф-5]
6. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика. Учебник.-СПб., 2005. - [Ф- 4]
7. Тарле Е.В. Наполеон. - М., 2011. - [Ф-1]
8. Манфред А.З. Наполеон Бонапарт. - М., 1972.- [Ф-1]
9. История печати. Антология в 2-х тт.- М., 2001. - [Ф-20]

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

www.psyfactor.org Сайт Центра прикладной психологии

http://www.sagepub.com/upm-data/4983_Dainton www.mediastudies.org (Introduction to Theory of Communication) Сайт Центра по изучению средств массовой информации.

<http://lamar.colostate.edu/~aeimcpr> Ассоциация по изучению журналистики и массовой коммуникации. Страница для преподавателей по этим специальностям в США и других странах мира.

www.regioweb.nl/eic/index.html "The European Journalism Center" – информационный форум для журналистов, руководителей средств массовой информации и преподавателей в области журналистики.

www.reporter.org Сайт «Репортер», обеспечивает информационными ресурсами прессу, преподавателей журналистики.

www.uark.edu/depts/comminfo/ Национальная профессиональная организация студентов и практиков в области изучения коммуникаций.
www.rupr.ru Общественно-политическая газета на тему коммуникаций www.prcom.ru Центр коммуникативных технологий
(www.psychology.ru) Психология онлайн

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: доступ к сети Интернет (во время самостоятельной работы).

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций и ОПОП ВО по направлению 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки - «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», «Реклама и связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении».

Автор к. ф. наук, доцент Макарова Л.С. Рецензент (ы) __

Программа одобрена на заседании Методической комиссии Института филологии и журналистики ННГУ

