

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, формируемая 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	<p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>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>	<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> <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>	<i>Дискуссия, тест, вопросы к зачету</i>

	<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>УК-5.2. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</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	ПК-13.1. При реализации	Знать основные положения	<i>Дискуссия, тест, вопросы</i>

<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>УК-6.2. Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.</p>	<p>образовательных программ.</p> <p>Знает основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личного развития;</p> <p>Умеет планировать свое рабочее время и время для саморазвития. формулировать цели личного 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

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)		В том числе											Самостоятельная работа обучающегося, часы						
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы																	
	из них											Всего								
	Занятия лекционного типа			Занятия практического типа			Занятия лабораторного типа			Консультации										
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема 1. Подходы к изучению истории связей с общественностью в зарубежной и отечественной науке о публичных рилейшнз. Формирование сферы публичной коммуникации в первобытном обществе и на Древнем Востоке.	12			2		2	2											9		6
Тема 2. Публичные коммуникации в античном мире.	14			2		2	2											9		4
Тема 3. Политическая и религиозная коммуникации в Средние века.	14			2		2	2											9		4

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 (индикатор достижения компетенции)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	Не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретическое о материале. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели мелкие грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний соответствует программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний соответствует программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний соответствует программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний соответствует программе 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 полном объе недочетами.	основные умения. Решены основные задачи Выполнены задания, но некоторы недочетами.	основные умения,реш ы основные задачи отдельным несушеств 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 минимал набор навыков решения стандартны задач некоторыми недочетами	Продемонст рованы базов навыки при решен стандартных задач некоторыми недочетами	Продемонст рованы базов навыки при решен стандартных задач ошибок недочетов.	Продемонс ированы навыки при решен нестандарт ных задач ошибок недочетов.	Продемонс ирован творческий подход решению нестандарт ных 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. Ученова 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

