

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

История рекламы и связей с общественностью

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.14 История рекламы и связей с общественностью относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1: Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ</p> <p>УК-5.2: Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p> <p>УК-5.3: Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях</p> <p>УК-5.4: Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>УК-5.5: Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно</p>	<p>УК-5.1:</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 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</p>	Опрос	Экзамен: Контрольные вопросы

	<p>обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>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>УК-5.2:</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> <p>УК-5.3:</p> <p>Знает основы межкультурной коммуникации;</p> <p>Умеет вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм;</p> <p>Владеет навыками анализа философских и исторических фактов, опытом эстетической оценки явлений культуры, в том числе в контексте межкультурной коммуникации.</p>		
--	--	--	--	--

		<p>УК-5.4:</p> <p>Знает этапы исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, а также социокультурные традиции различных социальных групп;</p> <p>Умеет использовать в практической деятельности знания об этапах исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, а также о социокультурных традициях различных социальных групп;</p> <p>Владеет навыками анализа событий, связанных с различными этапами исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>УК-5.5:</p> <p>Знает подходы к формированию ценностных ориентиров и гражданской позиции, особенности аргументации в системе отстаивания своей мировоззренческой позиции;</p> <p>Умеет использовать в практической деятельности знания о подходах к формированию ценностных ориентиров и гражданской позиции, особенностях аргументации в системе отстаивания своей мировоззренческой позиции;</p> <p>Владеет навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера, отстаивания ценностных ориентиров и своей гражданской позиции;</p>		
ПК-13: Способен соотносить	ПК-13.1: При реализации профессиональной	ПК-13.1: Знать основные положения	Дискуссия	Экзамен:

<p>деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с требованиями профессиональных этических стандартов</p>	<p>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>ПК-13.2:</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>Контрольные вопросы</p>
<p>ПК-4: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося</p>	<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-4.1:</p> <p>Знать основные принципы и приемы создания текстов рекламы и связей с общественностью; методы литературного редактирования и</p>	<p>Дискуссия</p>	<p>Экзамен:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

<p>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>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>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,</p> <p>ПК-4.2:</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> <p>Владеть навыками практического участия в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в различных областях социально-экономической и общественной жизни</p> <p>ПК-4.3:</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</p>		
--	---	--	--	--

		<p>навыками создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;</p> <p>ПК-4.4: Знать технологии формирования положительного имиджа организации, публичности, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p> <p>Уметь использовать технологии формирования положительного имиджа организации, публичности, 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, публичности, трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	4	4
Часов по учебному плану	144	144
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	28	6
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	14	6

- КСР	2	2
самостоятельная работа	64	121
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)		в том числе							
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них						Самостоятельная работа обучающегося, часы	
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы		Всего			
	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
Тема 1Подходы к изучению истории связей с общественностью в зарубежной и отечественной науке о паблик рилейшнз. Формирование сферы публичной коммуникации в первобытном обществе и на Древнем Востоке.	8	14	2	2			2	2	6	12
Тема 2. Публичные коммуникации в античном мире.	8	12	2				2	0	6	12
Тема 3. Политическая и религиозная коммуникации в Средние века.	8	12	2				2	0	6	12
Тема 4. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.	10	14	2		2	2	4	2	6	12
Тема 5. Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв.	10	14	2	2	2		4	2	6	12
Тема 6. История связей с общественностью в США в XX веке. Актуальные аспекты PR-деятельности в США.	12	12	4		2		6	0	6	12
Тема 7. Российский опыт в сфере публичных коммуникаций: исторические аспекты и современность	12	14	4	2	2		6	2	6	12
Тема 8. История рекламы: Древний Восток, античность, Средневековье, Новое время	8	12	2				2	0	6	12
Тема 9. История рекламы в XIX веке. Западная Европа и США	12	14	4		2	2	6	2	6	12
Тема 10. История российской рекламы в дореволюционный период	10	14	2		2	2	4	2	6	12
Тема 11. Советская реклама как культурный и социальный феномен	8	1	2		2		4	0	4	1
Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	144	144	28	6	14	6	44	14	64	121

Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п Наименование раздела Содержание раздела

1. Подходы к изучению истории связей с общественностью в зарубежной и отечественной науке о публичных реляциях. Формирование сферы публичной коммуникации в доисторическом обществе и на Древнем Востоке. Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью.

«Американоцентризм» в подходе к описанию истоков PR-деятельности (С.Катлип, В.Фэйтс). Модели коммуникационных отношений по Д.Грюнигу. История связей с общественностью в контексте эволюции сферы публичной коммуникации. История связей с общественностью в трудах российских теоретиков PR.

Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Коммуникация как средство поддержания власти в первобытном обществе (Д.Фрейзер «Золотая ветвь»). Образ власти в цивилизациях Древнего востока.

2. Публичные коммуникации в античном мире.

Политическая коммуникация в Древней Греции. Софистика и красноречие как факторы успеха в сфере публичной коммуникации. Специфика политических коммуникаций в Древнем Риме. Образ власти в античном мире. Александр Македонский в восприятии современников и потомков. Римские императоры и практические аспекты формирования имиджа правителя (Юлий Цезарь, Октавиан, Нерон, Калигула, Марк Аврелий, Константин Великий).

3. Политическая и религиозная коммуникации в Средние века.

Эволюция политической коммуникации в период Средневековья. Образ правителя в глазах подданных и практические аспекты поддержания авторитета власти (образ Ричарда Львиное Сердце в глазах современников и потомков). Религиозные коммуникации в период Средних веков. Теоцентризм сознания и привилегии церкви в области образования и распространения информации. Специфика межкультурных коммуникаций в Средние века.

4. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени. Эпоха Возрождения как переломный этап в истории Средневековья. «Государь» Н. Макиавелли как руководство правителю Нового времени. Проблема отказа от принципа легитимности в вопросе претензий на власть. Имидж правителя как фактор обретения и поддержания власти в глазах подданных (судьба короля Карла Стюарта в период Английской революции).

Философия Просвещения о природе власти и имидже правителя. «Информационная война» в преддверии и в период Великой французской революции.

Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков. Формирование «легенды о Наполеоне».

5. Политическая коммуникация в США в XVIII-XIX вв. Философия Просвещения в США (Б.Франклин). Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783).

«Бостонское чаепитие» как политическая провокация и информационный повод. Символика и мифология революции, формирование положительного имиджа руководителей восстания (Д.Вашингтон, Т.Пейн, Т.Джефферсон). Внешнеполитический имидж США как прогрессивного государства, борющегося с тиранией (миссия Б.Франклина в Париж; Т.Костюшко, М. Лафайетт как участники Войны за независимость).

Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке. А.Кендалл как консультант президента Э.Джексона; информационное противоборство в период Гражданской войны (1861-1865) и Реконструкции. Фигура Ф.Т. Барнума в истории публичных коммуникаций в США.

Формирование национальной американской мифологии (идея фронта, «дикий Запад», «американская мечта»).

6. История связей с общественностью в США в XX веке. Актуальные аспекты PR-деятельности в США. PR в коммерческой сфере в начале XX века. А.Ли, Э.Бернайс, Д.Флейшман, Р.Харлоу, А.Пейдж как теоретики и практики публичных реляций.

PR в политике в период Первой мировой войны (комитет Д.Крилла). Великая депрессия и «новый курс» Ф.Рузвельта. Л. Хоув как консультант Ф.Рузвельта. Имидж президента Ф. Рузвельта: внутривнутриполитический и международный аспекты.

Развитие PR в США после Второй мировой войны (имидж Д.Кеннеди, «уотергейт» и отставка Р.Никсона, скандал с Моникой Левински, информационные войны к. XX- н.ХХI вв.).

Интернационализация и глобализация рынка PR-услуг на современном этапе. Деятельность PR-агентств, образование в области публич рилейшнз, этические и профессиональные кодексы PR-специалиста. Новые подходы к публич рилейшнз в политической сфере на примере президентской кампании Б. Обамы (2008 г.)

7. Европейский опыт функционирования институтов публич рилейшнз в XX веке и на современном этапе. Специфика функционирования институтов публич рилейшнз в Западной Европе в XX веке. Развитие публич рилейшнз в Великобритании, Франции, Германии. Л.Матра, Ф. Буари и С.Блэк: европейский подход к теории и практике публич рилейшнз.

Деятельность PR-агентств в Западной Европе. Ж.Сегелла как практик и теоретик, «создатель президентов».

Специфика образования в области социальных коммуникаций и связей с общественностью в Западной Европе на современном этапе. Этические кодексы PR-специалистов.

8. Российский опыт в сфере публичных коммуникаций: исторические аспекты и современность. Коммуникации в государственной и политической сфере в период Московского царства. Негативные аспекты формирования внешнеполитического имиджа русского государства. Политические коммуникации в период Российской империи. Образ Петра Великого в глазах современников и потомков. Екатерина Великая и формирование образа «просвещенной государыни». Информационное противоборство в системе внутренних и внешнеполитических противоречий Российской империи в XIX-н.ХХ вв.

Социальные и политические коммуникации в советский период. «Куль личности» И.В. Сталина в системе советской пропаганды.

Развитие связей с общественностью в постсоветский период. Формирование институтов публич рилейшнз, складывание профессии, образовательных стандартов.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

В рамках самостоятельной работы студентов предполагается использование УМП «Психология массовой коммуникации», размещенного в ФЭОР ННГУ <http://www.unn.ru/books/resources.html>. Дата издания 18.03.2013.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенций УК-5:

1. Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью.
2. Модели коммуникации по Д. Грюнигу.
3. Формирование публичных коммуникаций в первобытном обществе.
4. Публичные коммуникации в античности.
5. Образ власти и правителя в Древнем Риме.
6. Политические коммуникации в Средневековье.
7. Роль церкви в развитии коммуникации в период средних веков.
8. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.

Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент демонстрирует знания по дисциплине, отвечает на вопросы преподавателя
не зачтено	Студент не демонстрирует знания по дисциплине, не отвечает на вопросы преподавателя

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссия) для оценки сформированности компетенции ПК-13:

Вопросы и задания для круглого стола на тему «Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков в контексте формирования имиджа власти» УК-6

Методика проведения круглого стола.

1. Студенты на занятии вместе с преподавателем, дающим по ходу свои комментарии, смотрят д/ф «Легенда о Наполеоне» (1999 г., Франция, реж. Эрве Перно).
2. После просмотра документального фильма студенты вместе с преподавателем обсуждают следующие вопросы:
 - Как формировался образ Наполеона в глазах современников?
 - Какие приемы, предвосхищающие методы пропаганды, использовались для создания образа Наполеона?
 - Структурная характеристика образа Наполеона: обаяние личности и использование методов конструирования имиджа.
 - Наполеон Бонапарт в литературе и искусстве.
 - Образ Наполеона в глазах потомков: эволюция и формирование мифа
 - Значение «мифа о Наполеоне» в истории публичных политических коммуникаций.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссия) для оценки сформированности компетенции ПК-4:

1. Студенты вместе с преподавателем смотрят д/в «Век эгоизма» (ВВС, 2004, 1 серия
 2. «Машины счастья»)
 3. Преподаватель предваряет просмотр характеристикой эпохи формирования профессиональной деятельности публичных рилейшнз в США в начале XX века.
- Затем студенты вместе с преподавателем обсуждают вопросы:

- Каковы исторические предпосылки формирования профессиональной деятельности публичных рилейшнз в США?
- В чем специфика подхода Э. Бернайза к PR-деятельности?
 1. В чем практик и теоретик PR-деятельности Э.Бернайз видел значение и социальную миссию публичных рилейшнз?

Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссия)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент участвует в дискуссии, демонстрирует знания, отстаивает свою позицию
не зачтено	Студент не участвует в дискуссии, не демонстрирует знания, не отстаивает свою позицию

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными недочетами и, выполнены все	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов

						задания в полном объеме	
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-5

1. Дискуссия по вопросу исторических предпосылок формирования связей с общественностью.

2 Формирование публичных коммуникаций в первобытном обществе.

3. Публичные коммуникации в античности (Древняя Греция).

4. Образ власти и правителя в Древнем Риме.

5. Политические коммуникации в Средневековье.

6. Роль церкви в развитии коммуникации в период Средних веков.

7. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере в эпоху Нового времени.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-13

10. Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков в контексте формирования имиджа власти

11. История политических коммуникаций в США в XVIII-XIX вв.

12. Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783).

13. Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке.

14. Развитие рекламы в США в XVIII-XIX вв.

15. PR и реклама в коммерческой сфере в США в начале XX века.

16. Роль Эдварда Бернайза в истории рекламы и публик рилейшнз.

17. Этапы истории развития западноевропейской рекламы.

18. История рекламы во Франции и Англии в XIX- XX вв.

19. Политические коммуникации в России в имперский период

20. Социальные и политические коммуникации в советский период.

21.	История русской рекламы в XIX веке.
22.	Специфика рекламы в советский период.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-4

10.	Образ Наполеона Бонапарта в глазах современников и потомков в контексте формирования имиджа власти
11.	История политических коммуникаций в США в XVIII-XIX вв.
12.	Подготовка общественного мнения перед Американской революцией и в период Войны за независимость (1776-1783).
13.	Институционализация связей с общественностью в США в XIX веке.
14.	Развитие рекламы в США в XVIII-XIX вв.

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

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирова которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «превосходно»
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирова которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетен сформирована на уровне «отлично»
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирова которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетен сформирована на уровне «очень хорошо»
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирова которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетен сформирована на уровне «хорошо»
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирова которых направлена дисциплина, сформированы на уровне ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уро «неудовлетворительно», ни одна из компетенций сформирована на уровне «плохо»
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Астафьева-Румянцева И. Е. История рекламы : учебное пособие / Астафьева-Румянцева И. Е. - Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. - 51 с. - Книга из коллекции СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=829905&idb=0>.
2. Почекаев Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие / Р. Ю. Почекаев. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 223 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04832-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=847767&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Бузни Евгений Николаевич. История связей с общественностью : Учебное пособие. - 2. - Москва : Вузовский учебник, 2022. - 224 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-9558-0347-0. - ISBN 978-5-16-100240-7. - ISBN 978-5-16-009344-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834393&idb=0>.
2. Савельева Ольга Олеговна. Российская история рекламы : Учебник / Национальный

исследовательский университет "Высшая школа экономики". - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2023. - 573 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-05387-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=874624&idb=0>.

3. Всеобщая история рекламы / Савельева О.О., Трубникова Н.В. - Москва : Дашков и К, 2019., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=659803&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

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.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Макарова Людмила Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.