

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.04.01 «ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов целостного представления о становлении и развитии коммуникационных процессов с момента зарождения человечества до настоящего времени.

Задачи курса:

- развитие навыков анализа многочисленных и многообразных исторических примеров, что позволит студентам более предметно увидеть возможности и последствия применения тех или иных PR-технологий;
- развитие способности аналитической деятельности, позволяющей выявить закономерности развития коммуникационных процессов в мире, оценить их современный уровень и выявить тенденции их дальнейшей эволюции;
- формирование творческих навыков в выборе алгоритма действия в различных ситуациях на основе анализа многочисленных исторических примеров PR-кампаний;
- получение опыта применения знаний для развития личностных и профессиональных качеств специалиста.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.04.01) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурные:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

профессиональные:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

В результате изучения дисциплины студенты должны:

Знать:

- основные этапы развития связей с общественностью и рекламных коммуникаций в человеческой истории;
- основные методы и технологии PR, жанры, виды, приемы рекламирования, а также специфику их применения в каждую историческую эпоху;
- персоналии выдающихся деятелей PR и рекламы XX–XXI веков;
- основные методы и технологии PR, жанры, виды, приемы рекламирования, а также специфику их применения в каждую историческую эпоху.

Уметь:

- соотносить разнообразные приемы PR и рекламы в соответствии с историческим периодом их возникновения;
- анализировать и проводить аналогии между особенностями связей с общественностью в прошлом и в настоящем.

Владеть:

- способностью оценивать эффективность тех или иных приемов PR и рекламирования в зависимости от исторических реалий;

- аргументацией в объяснении спорных, неоднозначных позиций в социальном поведении PR-специалиста;
- способностью организовывать работу малых коллективов.

4. Общий объем дисциплины: 2 з. е. (72 часа).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации;

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.