**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественность»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 2-й год, 2-й семестр

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью (PR)» входит в вариативную часть ООП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента. Она взаимосвязана (логически и содержательно-методически) с такими дисциплинами ООП, как «История», «Философия», «Социология», «Политология», «Культурология», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», производственной практикой. Программа курса ориентирована на теоретическую и практическую подготовку студентов к будущей профессиональной деятельности. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 час). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием компьютерных технологий (Microsoft Power Point, Prezi).

Основная **цель** дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)» состоит в формировании у студентов общих представлений об особенностях развития рекламы и PR в различные периоды истории общества как социальных коммуникаций, практик и объектов научного социально-гуманитарного знания, а также в формировании у них соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций.

**Задачи** дисциплины «История рекламы и связей с общественностью (PR)»:

1. ознакомление студентов с профессиональной и научной (историко-культурной и методологической) терминологией из области социальных коммуникаций;
2. обучение их основам социокультурного анализа основных этапов истории развития (прото-) рекламных и (прото-) PR-коммуникаций и их социальных функций в контексте развития общества;
3. содействие формированию мировоззренческой позиции и методологической культуры студентов на примерах реконструкции различных периодов истории развития (прото-) рекламы и (прото-) PR как социальных практик;
4. развитие навыков работы с историческими источниками по проблематике социальных коммуникаций и написания кратких исторических обзоров эволюции (прото-) рекламы и (прото-) PR в различные периоды развития общества.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы, как минимум, следующие **общекультурные и** **ключевые профессиональные компетенции**:

* ОК-1 – способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
* ПК-11 – способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, выполнение практических типовых заданий по отдельным модулям и темам дисциплины (подготовка рефератов, аналитических записок, кратких исторических обзоров, электронных презентаций). Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

**Форма итогового контроля:** экзамен.