

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины
Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций

Закреплена за кафедрами Учебный план	<i>Социальных коммуникаций Реклама и связи с общественностью, 42.03.01, Работа с социальными медиа</i>
Форма обучения Общая трудоёмкость	<i>Очно-заочная 3 зач.ед.</i>
Часов по учебному плану в том числе:	<i>108 час.</i>
аудиторная контактная работа	<i>12.8 час.</i>
самостоятельная работа	<i>61.5 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах экзамен	<i>4 семестр</i>

Томск-2019

Программу составили: доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций ТГУ Кужелева-Саган И. П., лаборант лаборатории гуманитарных новомедийных технологий ФП НИ ТГУ Е. Н. Винокурова.

Рецензент: профессор, доктор педагогических наук Поздеева С. И.

Рабочая программа дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ:

Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 25.02.2019 г. №2)

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол №1 от 09.09.2019

Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» являются:

- 1) формировании у студентов общих представлений о генезисе рекламы и PR и особенностях их интерпретаций в различные периоды развития человечества
- 2) формирование у студентов соответствующих компетенций.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, универсального цикла ОПОП бакалавриата и является дисциплиной по выбору студента.

Курс «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами и практиками ОПОП: «Философия», производственная практика, практика в профессиональной сфере (ИУК-5.2); «История (история России, всеобщая история)» (ИУК-5.3).

Результаты обучения по данной дисциплине являются пререквизитами успешной подготовки к сдаче и сдачи государственного междисциплинарного экзамена, а также к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.2 Умеет пользоваться соответствующими базовыми философскими и научными категориями и концепциями, понимая их смысл, при устной или письменной реконструкции того или иного исторического периода развития (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью	РО - ИУК-5.2.1 Способен оперировать понятиями, базовыми философскими и научными категориями в соответствии с историческим периодом, о котором идет речь;
		РО - ИУК-5.2.2 Умеет устанавливать взаимосвязи между конкретными проявлениями (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью и тем историческим периодом, для которого они характерны;
		РО - ИУК-5.2.3 Способен использовать полученные знания для устной или письменной реконструкции того или иного исторического периода развития (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью.
	ИУК-5.3 Способен воспроизводить и объяснять изученный материал, готовить	РО- ИУК-5.3.1 Способен оперировать понятиями в соответствии с историческими периодами развития (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью;

	<p>обзоры основных исторических периодов развития (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью как социальных практик и сфер социально-гуманитарного знания, описывать этические и философские факторы, влияющие на результат реконструкции характера рекламы и PR в тот или иной исторический период развития общества.</p>	<p>РО- ИУК-5.3.2 Умеет устанавливать взаимосвязи между особенностями исторического периода и теми социальными практиками, этическими и философскими факторами, которые повлияли на развитие (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью;</p>
		<p>РО- ИУК-5.3.3 Способен использовать полученные знания для обзора основных исторических периодов развития (прото-) рекламы и (прото-) связей с общественностью.</p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по модулю

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	4 семестр	
Общая трудоемкость		108
Контактная работа:	4	12.8
Лекции (Л):	4	
Практические занятия (ПЗ)	4	
Лабораторные работы (ЛР)	4	
Семинарские занятия (СЗ)	4	
Групповые консультации	4	
Индивидуальные консультации	4	
Промежуточная аттестация	4	
Самостоятельная работа обучающегося:	4	61.5
- подготовка доклада и электронной презентации	4	
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций	4	
Вид промежуточной аттестации	4	экзамен

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Код (ы) результата(ов) обучения
1.	Введение и базовые понятия курса. Возможности и ограничения различных методов анализа генезиса развития современной рекламы и PR как профессиональных сфер социальных практик	Лекции	4		РО - ИУК-5.2.1; РО - ИУК-5.2.2; РО - ИУК-5.2.3; РО- ИУК-5.3.1; РО- ИУК-5.3.2; РО- ИУК-5.3.3.
2.	Особенности различных видов анализа исторических рекламных и PR-текстов. Алгоритм реконструкции генезиса рекламы и PR.	Лекции	4		
		Семинарские занятия	4		
3.	"Сумеречный период" развития рекламы и PR: ключевые коммуникативно-управленческие практики и ключевые концепции.	Лекции	4		
		Семинарские занятия	4		
4.	Идеи философов-просветителей о способах преобразования социальной действительности с помощью устной коммуникации. Истоки современных коммуникативных теорий и теорий социального управления в трудах немецких философов XIX в.	Лекции	4		
		Семинарские занятия	4		
		Практические занятия			
5.	"Активный период" развития рекламы и PR: идеология прогрессизма, прагматизма, изменения в культуре потребления как факторы изменения действительности и ее интерпретаций.	Лекции	4		
		Семинарские занятия	4		
		Практические занятия	4		
6.	Современные концепции конструирования и интерпретации социальной реальности с помощью коммуникативных технологий.	Лекции	4		
		Практические занятия	4		
7.	Изучение учебного материала, кейсов, публикаций	СРС	4		
8.	Подготовка доклада и электронной презентации	СРС	4		
9.	Промежуточная аттестация	Экзамен	4		

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше профессиональные компетенции. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию «устное выступление по определенной проблеме с электронной презентацией», направленную на развитие умения анализировать и обобщать научный материал и умения публичного выступления обучающихся. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию семинара-«дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса студентов к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;
- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- подготовка выступлений на семинарских и практических занятиях;
- подготовка электронных презентаций.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций».
- 2) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций».

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *экзамен*, см в документе «Фонд оценочных средств для изучения дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций».

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

А) Основная литература:

1. Бернейс Э. Кристаллизация общественного мнения: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2015. – 272с.
2. Девлетов О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840-1990). - Учебное пособие для студентов вузов. – Директ-Медиа, 2016. – 348с. – Режим доступа: https://www.directmedia.ru/book_429705_istoriya_otchestvennoy_reklamyi_za_150_let_1840_1990/
3. Огилви Д. Огилви о рекламе. – Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2015. – 240 с. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/devid-ogilvi/ogilvi-o-reklame/chitat-onlayn/>

4. Лукьянчикова М.В. История, этика и психология рекламы и PR. – Учебник. «Издательские решения». Создан в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2018. – 97с. – Режим доступа: <https://avidreaders.ru/read-book/istoriya-etika-i-psihiologiya-reklamy-i.html>
5. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. – Учебник для вузов. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. – 608с. – Режим доступа: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook443/01/topicsw.htm>

Б) Дополнительная литература:

1. Кужелева-Саган И.П. Научное знание о связях с общественностью (PR): Философский анализ. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 464с.
2. Макиавелли Н. Государь: Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. – Электронная библиотека «Гражданское общество». – Режим доступа: https://www.civisbook.ru/files/File/Makiavelli_Tit.pdf
3. Юэн С. PR и умение «раскручивать»: Социальная история паблик рилейшинз / [Пер. с англ. А. Калюжного]. – М.: Ред. «Ежедневная газета», 2006. – 480с.

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. <http://www.russcomm.ru/>
2. www.es.ru
3. <http://www.rsl.ru/>
4. <http://www.lib.tsu.ru/ru>
5. <http://nbmgu.ru/>
6. <http://www.prmuseum.org>
7. <http://prvisionaries.com>
8. <http://frenchparis.ru/musee-de-la-publicite/>
9. <http://www.dnp.ru/publications/muzei>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Microsoft Office 2013
2. Google Drive
3. Adobe Photoshop CS2
4. Mozilla Firefox
5. Opera
6. Google Chrome
7. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала
2. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный компьютерами с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций» включает в себя прослушивание лекций и участие в семинарских и практических занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов. Завершает изучение дисциплины сдача экзамена.

В лекциях излагаются и анализируются ключевые периоды и концепции, отражающие генезис рекламы и PR, рассматриваются существующие способы интерпретации коммуникаций в разные периоды развития рекламы и PR. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку к семинарским и практическим занятиям, а также к экзамену.

Подготовка к семинарским и практическим занятиям предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий и т.п. Прочитанные разделы и статьи рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при написании доклада, разбору тестовых заданий, а также к зачету с оценкой. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На семинарских и практических занятиях полезно в записи вносить дополнения, почерпнутые из ответов других студентов, дополнений и обобщений преподавателя.

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к семинарским и практическим занятиям, экзамену, при подготовке выступлений и презентаций можно выяснить на консультациях преподавателя.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

А. М. Погорельская, к.и.н., доцент каф. мировой политики факультета исторических и политических наук НИ ТГУ

7. Язык преподавания – русский.