

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Развитие рекламы в контексте культурно-исторического процесса»
для направления подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) образовательной программы «Реклама и связи с
общественностью»**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: Получение системного комплекса знаний о возникновении рекламной индустрии в обществе на различных этапах его развития и приобретение навыков анализа рекламных коммуникаций в историческом контексте.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать у студентов научное представление о системе становления и функционирования рекламной коммуникации начиная с Древнего мира и до современности;
2. Выработать осознание прямой связи между становлением рекламных процессов и социально-экономической жизнью общества, культурно-образовательной средой и различными средствами коммуникации.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИД-1 _{опк-3} Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ИД-2 _{опк-3} Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и пиар и иных коммуникационных продуктов

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1	Введение в историю рекламы и её истоки. Возникновение и эволюция рекламных коммуникаций в античном мире.
2	Реклама в западноевропейской культуре. Средневековая реклама.
3	Реклама в западноевропейской культуре. Реклама эпохи Возрождения и Нового времени.
4	Реклама в России в XVI-XVIII вв.
5	Западноевропейская реклама в XIX в.
6	Российская реклама в XIX в.
7	Американская реклама в XIX- нач. XX вв.
8	Реклама периода СССР
9	Российская реклама конца 20 века. Новые тенденции в развитии