

ИСТОРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Изучить периоды развития института связей с общественностью и сформировать у студентов базовый комплекс знаний и навыков, необходимых для оценки роли и места связей с общественностью на разных этапах развития социума.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «История связей с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– истоки института связей с общественностью в эпоху Античности и Средних веков;
– навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
– этапы развития связей с общественностью в условиях европейского абсолютизма, в США;
– этапы развития института связей с общественностью в России;
– общую характеристику эпохи глобальной информатизации общества: с 1965 г. по настоящее время, особенности национального PR в разных странах, известные PR-кампании в западной мировой практике;

уметь

– анализировать особенности развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Рима;
– анализировать особенности развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
– анализировать особенности развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества;

- анализировать особенности развития связей с общественностью в России;
- анализировать известные кампании по связям с общественностью в западной практике;

владеть

- навком анализа особенностей развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Рима;
- навком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
- навком анализа особенностей развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества;
- навком анализа особенностей развития связей с общественностью в России;
- навыком анализа известных кампаний по связям с общественностью в западной практике.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 4,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 144 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 22 ч., СРС – 118 ч.),

распределение по семестрам – 2 курс, зима,

форма и место отчётности – аттестация с оценкой (2 курс, зима).

5. Краткое содержание дисциплины

Прапиаристические и первые PR-явления в обществе.

Прапиаристские явления в государствах Древнего мира, античной Греции и Рима. Связи с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века.

Связи с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества.

Развитие связей с общественностью в условиях европейского абсолютизма и начала освоения территории США. Связи с общественностью в эпоху промышленных и социальных революций XVIII-XIX вв. Период развития печати, прессы, пропаганды и агитации. Связи с общественностью как орудие политической борьбы и экономического процветания в период XVII – XIX вв.

Основные этапы развития связи с общественностью в России.

Власть и общественность в России от новгородского вече до 1917 г. Развитие связей с общественностью в общественной жизни, государственных и церковных структурах. Модели связей с общественностью эпохи советского тоталитаризма. Развитие деятельности связей с общественностью в России с 1988 по 2000 год.

Связи с общественностью в современном западном мире..

Связи с общественностью в странах Западной Европы, США, Японии. Тенденции и направления развития. PR-службы в государственных организациях и частных компаниях.

6. Разработчик

Млечко Лидия Евгеньевна, канд. пед. наук, доцент кафедры социальной работы.