

ИСТОРИЯ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

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 в социально-культурной сфере» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «История связей с общественностью в социально-культурной сфере» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Зарубежная литература», «Иностранный язык», «Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью», «Культура речи», «Культурология», «Мировая художественная культура», «Новейшая история России и зарубежных стран», «Отечественная история», «Отечественная литература», «Психология», «Русская философия», «Русский язык», прохождения практики «Профессионально-ознакомительная практика».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью», «Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ», «Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России», «Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России», «Рекламное обеспечение проектных мероприятий», «Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью», «Управленческие коммуникации в организации», «Формы коммуникации в проектной деятельности», прохождения практик «Преддипломная практика», «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3).

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

- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в государствах Древнего мира, античной Греции и Рима;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в странах Востока и Западной Европы в Средние века;
- навыком анализа особенностей развития связей с общественностью в Новое время и эпоху индустриального общества;
- навыком 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 – 3,

общая трудоёмкость дисциплины в часах – 108 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 10 ч., СРС – 94 ч.),

распределение по семестрам – 2 курс, лето,

форма и место отчётности – зачёт (2 курс, лето).

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

Калачев Антон Витальевич, канд. пед. наук, доцент каф. соц. раб.