

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор
/Шербич С.Н./
«23» марта 2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины

«История рекламы и PR»

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность: Реклама и связи с общественностью

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Курган 2020

Аннотация к рабочей программе дисциплины

История рекламы и PR

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность: Реклама и связи с общественностью

Трудоемкость дисциплины: **5 ЗЕ** (180 академических часов)

Семестр: 5 (очная, очно-заочная, заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: **Экзамен**

Содержание дисциплины:

- 1 Истоки возникновения рекламы. Протореклама в Древнем мире
- 2 Особенности рекламы в Средние века (V-XV вв.)
- 3 Эволюция рекламного дела в Новое время (XVI-XVIII вв.)
- 4 Западноевропейская и американская реклама в XIX - начале XX вв.
- 5 Развитие рекламной деятельности в России: от проторекламы до рекламы советского периода
- 6 Современное состояние рекламы в России и за рубежом: основные тенденции развития
- 7 Истоки PR в период Античности
- 8 Особенности связей с общественностью в Средние века (V-XV вв.)
- 9 Развитие PR в Новое время (XVI-XVIII вв.)
- 10 Традиции связей с общественностью в Западной Европе и в США в XIX-XX вв.
- 11 Возникновение и становление PR в России
- 12 Современное состояние связей с общественностью в России и за рубежом: основные тенденции развития