

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРОЛОГІЇ

КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з навчальної роботи

Інна СТАШЕВСЬКА

« 28 » серпня 2020 р.

ІСТОРІЯ РЕКЛАМИ ТА ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

СИЛАБУС

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

РЕКЛАМА ТА ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ СФЕРІ

Освітній рівень	перший (бакалаврський)
Галузь знань	06 Журналістика
Спеціальність	061 Журналістика

Затверджено на засіданні кафедри журналістики
Протокол від 27 серпня 2020 року № 1

Зав. кафедри журналістики _____ Вікторія МАРКОВА

Схвалено радою факультету культурології
Протокол від 27 серпня 2020 року № 1

Голова ради факультету _____ Олександр КРАВЧЕНКО

Харків, 2020

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО КУРС

Назва курсу	Історія реклами та зв'язків з громадськістю
Викладач (- і)	Маркова В.А.
Профіль викладача (- ів)	Вказується електронна адреса (навчальна платформа, спеціальний форум, вебінар курсу і т. і.) viktoriiia.markova@xdak.ukr.education
Контактний телефон та емейл	0955318897, viktoriiia_markova@xdak.ukr.education
Інформація про консультації	Онлайн в чаті
Логіка вивчення курсу	Курс викладається в першому семестрі і дає базові знання для вивчення інших професійних компонентів

2. АНОТАЦІЯ ДО КУРСУ

Курс знайомить з основними етапами розвитку реклами та зв'язків з громадськістю. Особлива увага приділяється розгляду основних інновацій у цих сферах. Студенти вчать устатковувати закономірності розвитку реклами та зв'язків з громадськістю в контексті загальної історії, розвитку економіки, соціально-політичних процесів, а також мистецтва.

3. МЕТА НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

Метою курсу є набуття таких компетентностей: знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності; здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

4. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ПРН 2	Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції
ПРН 10	Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень
ПРН 13	Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук
ПРН15	Створювати грамотний медіапродукт на задану тему, визначеного жанру, з урахуванням каналу поширення чи платформи оприлюднення

5. ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Ознаки курсу	Обов'язкова, професійна компонента ОПК 1.2.2.
Формат курсу	Денна форма навчання, 1 семестр
Обсяг курсу	Зазначте за навчальним планом Кількість кредитів – 4 Загальна кількість годин – 120 Тижневих годин для денної форми навчання – 2 аудиторних – 40 самостійної роботи студента - 80
Технічне і програмне забезпечення	Мультимедійний проектор, екран, ноутбук
Форми, види навчальних занять та методи навчання	Форми: навчальні заняття, самостійна робота, контрольні заходи. Види: лекція, семінарське заняття, консультація. Методи: пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, метод проблемного викладання.

Поточний контроль	тести
Підсумковий контроль	іспит
Політика курсу	Курс передбачає обов'язкове самостійне виконання всіх завдань практичних занять з дотриманням правил академічної доброчесності. Невчасно зроблені завдання передбачають зниження оцінки. Пропущені заняття передбачають надання викладачу законспектованих матеріалів за темою, що вивчалася на ньому.

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин					
	усього	у тому числі				
		л	с	пр	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Розділ 1. Розвиток рекламної та ПР-діяльності від початку до Нового часу.						
Тема 1. Історія реклами та зв'язків з громадськістю як навчальна дисципліна. Витоки рекламної комунікації та зв'язків з громадськістю	8	2				6
Тема 2. Реклама та зв'язки з громадськістю в добу Античності та Середньовіччя	10	2	2			6
Тема 3. Реклама в добу Нового часу	10	2	2			6
Разом модуль 1	28	6	4			18
Розділ 2. Національні особливості розвитку рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю на Європейському континенті (XVIII-XX ст.)						
Тема 4. Характеристика загальних процесів рекламної діяльності та зв'язків з громадськістю періоду. Англійська реклама	8	2				6
Тема 5. Реклама у Франції та Німеччині	10	2	2			6
Тема 6. Реклама у Російській імперії (XIX- початок XX ст.)	8	2				6
Тема 7. Реклама у Радянському Союзі	10	2	2			6
Разом модуль 2	36	8	4			24
Розділ 3. Рекламна діяльність та зв'язків з громадськістю у США						
Тема 8. Реклама в США від зародження до початку XX ст.	8	2				6
Тема 9. Реклама та зв'язків з громадськістю в США у першотретину XX ст.	8	2				6
Тема 10. Американська реклама та зв'язків з громадськістю у 30-50-ті рр. XX ст.	10	2	2			6

Тема 11. Провідні тенденції в американській рекламіта зв'язках з громадськістю у 60-80-ті рр. XX ст.	11	2	2			7
Тема 12. Головні тенденції розвитку американської рекламіта зв'язків з громадськістю з 90-тих рр. XX ст. по теперішній час	13	2	4			7
Разом модуль 3	56	10	8			38
Разом	120	24	16			80

7. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ

Шкала орієнтовного нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:

Звіт про виконання самостійної

роботи (реферат, есе тощо)

до 5 балів

публікація

до 10 балів.

Виконання практичного

завдання

до 5 балів

І ТАКЕ ІНШЕ

<i>T 1</i>	<i>T 2</i>	<i>T 3</i>	<i>T 4</i>	<i>T 5</i>	<i>T 6</i>	<i>T 7</i>	<i>T 8</i>	<i>T 9</i>	<i>T 10</i>	<i>T 11</i>	<i>T 12</i>	<i>Підсумковий контроль</i>	<i>Виконання або в'язкові завдання</i>	<i>Сума</i>
<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>5 балів</i>	<i>До 40</i>	<i>До 10</i>	<i>100</i>

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

До Силабусу підготовлені матеріали навчально-методичного комплексу, які розміщуються у профілі викладача:

1. *Навчальний контент (робоча програма)*
2. *Плани практичних занять*
3. *Завдання для самостійної роботи*
4. *Завдання для поточного та підсумкового контролю*
5. *Рекомендована література до курсу*
6. *Презентації*