

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.О.07 История публичных коммуникаций

Учебный план: ФГОС3++m420401-1_26-12.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация) Реклама и современные коммуникации в бизнесе

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
1	УП	34	17	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	34	17	56,75	0,25	3	
Итого	УП	34	17	56,75	0,25	3	
	РПД	34	17	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

преподаватель

Пиндюр Анастасия
Владимировна

заведующий кафедрой

Ильина Ольга
Вячеславовна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных
коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области истории публичных коммуникаций, а также комплекс знаний, умений и навыков анализа коммуникационной среды развития общественных и государственных институтов в исторической ретроспективе.

1.2 Задачи дисциплины:

Дать представления обучающимся об особенностях форм публичных коммуникаций в исторической перспективе

Объяснить обучающимся актуальные тенденции публичной сферы.

Показать обучающимся специфику основных форм и видов публичных коммуникаций, сложившихся в европейской культуре.

Дать понимание обучающимся предназначения публичных коммуникаций и их роли в системе культуры.

Раскрыть особенности базовых концепций публичных коммуникаций и деформаций публичной сферы жизни в современности

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Знать: особенности развития публичного дискурса в контексте развития общественных и государственных институтов, ключевые исторические периоды развития публичных коммуникаций и связанных практик.
Уметь: анализировать и классифицировать специфику развития публичной сферы в различные исторические периоды развития общественных и государственных институтов с учетом сопутствующего коммуникационного контекста
Владеть: навыком аналитической работы, позволяющем выявлять и осмыслять причинно-следственные связи во взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформации базовых элементов коммуникативных взаимодействий .
ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Знать: основные этапы развития практик публичных коммуникаций в контексте локального и глобального культурного развития.
Уметь: анализировать и описывать специфику публичных коммуникаций в различные историко-культурные эпохи
Владеть: навыками системного анализа особенностей культурного развития и усложнения публичных сфер и методов управления публичными коммуникациями.
ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Знать: основные этапы формирования интереса аудитории к различным коммуникационным продуктам
Уметь: анализировать потребности общества и интересы аудитории с учетом доминирующих практик публичных коммуникаций в разные исторические периоды.
Владеть: Владеть – навыком анализа и прогнозирования спроса аудитории на ключевые практики публичных коммуникаций.
ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Знать: ключевые этапы развития публичных коммуникаций в контексте истории этики и социальной ответственности
Уметь: оценивать и прогнозировать возможные публичные эффекты в результате использования определенных медиакоммуникационных практик.
Владеть: навыком прогнозирования развития публичных коммуникаций в профессиональной сфере.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Теоретико-методологические основания дисциплины	1				С,Пр
Тема 1. Предмет и предназначение дисциплины. Специфика эволюции публичных коммуникаций в европейской социальной истории, ее основные этапы; Специфика культурно-исторической эволюции публичных коммуникаций; Специфику коллективной рецепции основных форм публичной коммуникации различных культурно-исторических эпох; Этическую ценность уникальных публичных коммуникаций различных эпох европейской истории.		2	1	4	
Тема 2. Теоретико -методологические установки исследований публичных коммуникаций. Комплекс подходов, моделей и методов, которые определяют подходы к анализу коммуникативных процессов, их структуры, функций и влияния на общество.		2	1	4	
Тема 3. Основные концепции публичности. Анализ общественных пространств, коммуникаций, формирование общественного мнения и роль медиа в обществе. Концепции Юргена Хабермаса, Райнхарда Козеллека и Герберта Маршалла Маклюэна.		2	1	4	
Тема 4. Базовые феномены публичной сферы жизни . Анализ процессов, определяющих состояние современной публичной сферы, философские и социологические подходы к осмыслению феномена		2	1	4,75	
Раздел 2. Эволюция публичных коммуникаций (архаика, европейское Средневековье)					С,Пр
Тема 5. Специфика публичных коммуникаций в архаических культурах. Особенностями мышления, мировоззрения и социальной организации в архаических культурах. Роль публичных коммуникаций архаических культур		4	2	6	

Тема 6. Уникальные публичные коммуникации античного мира. Формы публичной жизни античной Греции классической эпохи и эволюция публичных коммуникаций в античном Риме /		6	3	6	
Тема 7. Своеобразие публичных коммуникаций европейского Средневековья и трансформации публичной жизни в ренессансной культуре		6	2	6	
Тема 8. Способы просвещения молчаливого большинства европейского Средневековья и ревизия публичных коммуникаций эпохи Возрождения		2	2	6	
Раздел 3. Эволюция публичных коммуникаций (Новое время современность)					
Тема 9. Развитие публичной сферы в Новое время. Первоначальная эволюция печатной сферы и ее антропологические влияния		2	1	4	
Тема 10. Публичный разум и публичные пространства эпохи Просвещения. Новые императивы публичных коммуникаций XVIII столетия		2	1	4	
Тема 11. Деформации публичных коммуникаций в современности. Мета коммуникация. Псевдокоммуникация. Квазикоммуникация. Деформации правовой коммуникации		2	1	4	
Тема 12. Основные концепции упадка публичной жизни в современной культуре. Ее альтернативные формы		2	1	4	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		34	17	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ОПК-2	Имеет представление о ключевых исторических периодах развития публичных коммуникаций и связанных практик Сопоставляет исторические периоды развития общественных и государственных институтов с учетом сопутствующего коммуникационного контекста Демонстрирует владение практическими методами применения причинно-следственные связи во взаимодействии общественных и государственных институтов
ОПК-3	Имеет представление о основных этапах развития публичных коммуникаций Анализирует специфику публичных коммуникаций с исторической точки зрения их развития. Демонстрирует владение методами управления публичными коммуникациями и навыки системного анализа культурного развития публичных сфер
ОПК-4	Имеет представление об исторических этапах развития социальной этики публичных коммуникаций Анализирует доминирующих практик публичных коммуникаций в разные исторические периоды Демонстрирует навыки применения ключевых практик публичных коммуникаций.
ОПК-7	Имеет представление о ключевых исторических этапах развития публичных коммуникаций Анализирует медиакоммуникационные практики для оценки и прогнозирования возможные публичных эффектов Демонстрирует навыки прогнозирования развития публичных коммуникаций в сфере рекламного бизнеса

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	обучающийся демонстрирует знание материала, способен устанавливать смысловые связи и делать выводы, отвечает на уточняющие вопросы.	
Не зачтено	обучающийся не способен к связному ответу, демонстрирует незнание или непонимание базовых понятий материала.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 1	
1	Предметный интерес и проблемное поле дисциплины «История публичных коммуникаций».
2	Понятие публичной сферы: основные подходы
3	Специфика публичных коммуникаций, их основные виды
4	Предназначение публичных коммуникаций и их место в системе культуры.
5	Основные коммуникативные механизмы в архаических культурах
6	Виды и назначение публичных коммуникаций в греческой античной культуре классической эпохи
7	Формы публичных решений в греческой античной культуре классической эпохи и их репрезентации (законы, левкомата
8	Публичная речь в классической античной культуре: специфика феномена.
9	Формы публичной коммуникации в античном Риме.
10	Трансформации форума в истории античного Рима как фактор изменения публичных коммуникаций.
11	Способы просвещения безграмотного большинства европейского Средневековья.
12	Городская революция в Европе XI–XII вв. и новые каналы публичной коммуникации.
13	Ритуалы власти в европейском Средневековье.
14	Эволюция публичных коммуникаций в условиях формирования придворной культуры
15	Визуальный образ как способ публичной коммуникации в европейском Ренессансе.

16	Взаимосвязь идеи общественного договора и публичных коммуникаций
17	Эпохальные события эволюции массовой печатной прессы
18	Развитие идеи „публичного пространства“ и „публичного использования разума“ в эпоху Просвещения.
19	Новая социальная идентичность XVIII века и её влияния на формы управления.
20	Специфика публичного и частного поведения в XVIII веке
21	Развитие публичной сферы в Новое время. Особенности формирования «буржуазной публичной сферы» в эпоху Просвещения, роль газет, памфлетов и клубов в обсуждении общественных вопросов.
22	Эволюция печатной сферы и её антропологические влияния. Влияние развития печати на распространение информации, образование и социальные изменения.
23	Публичный разум и публичные пространства в эпоху Просвещения. Идеи о публичном использовании разума, роль философии в формировании публичных коммуникаций.
24	Новые императивы публичных коммуникаций в XVIII столетии. Изменения в политических и социальных условиях, влияющие на коммуникационные практики.
25	Деформации публичных коммуникаций в современности. Анализ современных проблем и кризисов публичной сферы, включая влияние технологий и медиа.
26	Основные концепции упадка публичной жизни в современной культуре и её альтернативные формы.
27	Роль логики и аргументации в сфере публичных коммуникаций. Анализ ошибок в аргументации и их влияния на эффективность коммуникации.
28	Мифотворчество и феномен постправды. Связь с современными тенденциями в публичных коммуникациях.
29	Коммуникационные революции. Качественные скачки в изменении технических способов производства и передачи информации, а также социальных условий её распространения и потребления.
30	Влияние научно-технического прогресса на публичные коммуникации. Ускорение обмена знаниями, роль печати и грамотности как социального индикатора.

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задачи

№ 1. Прокомментируйте следующие высказывания: «Молчат гробницы, мумии и кости, – лишь слову жизнь дана: Из древней тьмы, на мировом погосте, звучат лишь Письмена. И нет у нас иного достоянья! Умейте же беречь хоть в меру сил, в дни злобы и страданья, наш дар бессмертный – речь» И. А. Бунин «Слово».

№2 Социальный психолог Г.М. Андреева. По ее мнению, общение — категория более широкая, чем коммуникация, она предлагает выделять в структуре общения три взаимосвязанные стороны первые две из них это:

коммуникативную, т.е. собственно коммуникацию, которая заключается в обмене информацией между общающимися индивидами;

интерактивную, заключающуюся в организации взаимодействия между общающимися индивидами, т.е. в обмене не только знаниями, идеями, но и действиями;

Назовите третью сторону общения, раскройте ее функции.

Задание 1

Реклама со времен своего появления прошла долгий путь становления как основное и самостоятельное звено маркетинговых коммуникаций, но не утратила первоначальных свойств. Многие черты античной рекламы сохранились и по сей день. Выявите схожие черты рекламы античности и современности. Сделайте выводы.

Задание 2

Сравните брачные объявления, опубликованные в газете XIX в. (рис.1), с современными брачными объявлениями. Можно ли говорить об изменении ценностных стереотипов

Задание 3

Компания выпускает на рынок новую биологически активную добавку, которая обеспечивает организму рекомендуемые суточные дозы йода. Проведение рекламной кампании затруднено законами Российской Федерации. Подскажите, через какие средства массовой информации лучше проводить рекламную кампанию рассматриваемого товара

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н.	Технологии деловых и научных коммуникаций	Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/109404.html
Зайцева, А. В.	Теория коммуникации	Луганск: Книта	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/111217.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Бородай, А. Д., Грибок, Н. Н.	Становление и развитие индустрии рекламы в России	Москва: Московский гуманитарный университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/14531.html
Артамонов, Д. С.	История рекламы и PR	Саратов: Издательство Саратовского университета	2019	https://www.iprbooks.hop.ru/99033.html
Чилингир, Е. Ю.	Российский пиар как гипертекст. Исторические и социокультурные аспекты	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/95337.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
Интегрированный информационный ресурс электронной научной библиотеки «КиберЛенинка» [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru>
Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс]. URL: <https://www.akarussia.ru/>
Новости рекламы, маркетинга и PR [Электронный ресурс]. URL: <https://www.advesti.ru/>
Реклама в России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rwr.ru/>
Sostav.ru Новости, кейсы, аналитика, креативные обзоры. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru>
Advertology.ru Научно-популярный портал, исторические материалы. [Электронный ресурс]. URL: <http://advertology.ru>
Adpass.ru Блог-платформа, блоги компаний, аналитика. [Электронный ресурс]. URL: <https://adpass.ru>
Pressfeed.ru Журнал для PR-специалистов, кейсы взаимодействия со СМИ. [Электронный ресурс]. URL: <https://pressfeed.ru>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8
CorelDrawGraphicsSuite X7
MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду