

Наименование дисциплины (модуля)	История рекламы и связей с общественностью
Содержание дисциплины (модуля)	Современное понимание и значимость рекламы и связей с общественностью. Зачатки рекламы и связей с общественностью в древности. Проторекламные формы. Развитие рекламы и PR в Западной Европе и США в «Новое время». Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке. Развитие североамериканской рекламы в XIX – XX вв. Развитие рекламы в России. Советский период развития отечественной рекламы. Реклама новой России.
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Экзамен в 1 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Всеобщая история рекламы: Учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — М.; Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2019. — 452 с.
Дополнительная литература	1. Девлетов, О. У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990): учебное пособие для студентов вузов / О. У. Девлетов. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. — 349 с. 2. Хомяков, В. И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы : учебное пособие : [16+] / В. И. Хомяков, В. А. Егошкина. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. — 265 с. 3. Марусева, И. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий) : учебное пособие : [16+] / И. В. Марусева, А. В. Кокарева ; под общ. ред. И. В. Марусевой. — Изд. 2-е, перераб. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 592 с.