



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
ФГБОУ ВО «ИГУ»

**Кафедра рекламы**

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета бизнес-коммуникаций и  
информатики

В.К. Карнаухова

«15» марта 2023 г

**Рабочая программа дисциплины (модуля)**

Наименование дисциплины (модуля)

**Б1.О.34 История рекламы и связей с  
общественностью**

*(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины  
(модуля))*

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

*(код, наименование направления подготовки)*

Направленность (профиль) подготовки:

**Реклама и связи с общественностью**

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочная

*(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*, очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий)\*)*

Согласовано с УМК факультета бизнес-  
коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы:

Протокол № 7 от «15» марта 2023 г.

Протокол № 8 от «14» марта 2023 г.

Председатель

В.К. Карнаухова

зав. кафедры

. Рабинович

## СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО .....	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов .....	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	5
4.3 Содержание учебного материала .....	17
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ .....	17
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов .....	18
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов .....	18
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	22
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) .....	22
а) основная литература .....	22
б) дополнительная литература .....	23
в) периодическая литература .....	23
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы .....	23
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	24
6.1. Учебно-лабораторное оборудование .....	24
6.2. Программное обеспечение .....	25
6.3. Технические и электронные средства .....	25
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ .....	25
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	26
8.1. Оценочные средства текущего контроля .....	26
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации .....	30

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Цели:** дать студентам теоретические систематизированные знания истории возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью, начиная от первобытных протоформ до современного их состояния; сформировать у них умение использовать исторический материал в своей профессиональной деятельности; привить навыки самостоятельной аналитической работы с источниками.

### **Задачи:**

— изучение социально-психологических, экономических и эстетических предпосылок становления и основных этапов развития рекламной и PR-деятельности в историческом контексте;

— получение системных знаний о рекламе и связях с общественностью как о культурном и социальном явлении, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;

— изучение особенностей становления рекламы и связей с общественностью в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России;

— приобретение навыков самостоятельной аналитической работы с источниками;

— приобретение умений использовать исторический материал в своей будущей специальности.

## **II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «История рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина (модуль) «История рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули). Для успешного освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» в качестве уровня начальной подготовки обучающийся должен иметь представление об основных исторических направлениях в развитии общества; знать грамматические и лексические правила русской речи, ориентироваться в основных гуманитарных проблемах современности; уметь высказываться по данному поводу. Данная дисциплина содержательно связана с курсами «История», «Культурология».

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— нет.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— Философия;

— Социология;

— Политология.

## **III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),**

**соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикаторы компетенций</b>	<b>Результаты обучения</b>
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

**IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ**

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, в том числе 9 часов на контроль, из них 9 часов на экзамен.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий 163 часа самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов**

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
1	Проторекламные формы	1	0	1	0	15		

2	Реклама и PR в античном обществе	1	1	0	0	15	
3	Реклама и PR Западного Средневековья	1	0	1	0	15	
4	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	1	0	0	0	15	
5	Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв.	1	1	0	0	15	
6	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	1	0	0	0	15	
7	Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	1	1	0	0	15	
8	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	1	0	1	0	15	
9	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	1	0	0	0	15	
10	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	1	0	1	0	15	
11	Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в.	1	1	0	0	13	
<b>Итого за 1 семестр</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>163</b>	<b>Экз (9)</b>
<b>Итого часов</b>			<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>163</b>	

#### 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		
1	Проторекламные формы	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> составление плана и тезисов ответа</p>	неделя	15 (15)	Тест, Гл	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с.,</p>

1	Реклама и PR в античном обществе	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	две недели	15 (15)	Тест, Д	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с.,</p> <p>Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с.,</p> <p>Бузни, Е. Н. История связей с общественностью: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью" / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с.</p>
---	----------------------------------	---	------------	---------	---------	---

1	Реклама и PR Западного Средневековья	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	две недели	15 (15)	Тест, КР	Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью " / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис , 2017. - 72 с., Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с., Бузни, Е. Н. История связей с общественностью: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью " / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с.
---	--	---	---------------	------------	-------------	---



1	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: составление глоссария</p>	неделя	15 (15)	Тест, Гл	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с., Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с., Бузни, Е. Н. История связей с общественностью: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью" / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с.</p>
---	---	--	--------	---------	----------	---

1	Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв.	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата</p>	две недели	15 (15)	Тест, Реф	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с., Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с., Бузни, Е. Н. История связей с общественностью: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью" / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с.</p>
---	--	--	------------	---------	-----------	---

1	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p>	две недели	15 (15)	Тест, КЛ	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с., Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с., Бузни, Е. Н. История связей с общественностью: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью" / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с.</p>
---	---	--	------------	---------	----------	---

1	<p>Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени</p>	<p><b>Для овладения знаниями:</b> чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> составление глоссария</p>	неделя	15 (15)	Тест, Гл	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с., Игнатенко, Александр Алексеевич. Очерки истории российской рекламы [Текст] : научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с.</p>
---	---	--	--------	---------	----------	--

1	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	Для формирования умений: решение задач	две недели	15 (15)	Тест, Пз	Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью " / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис , 2017. - 72 с.Игнатенко, Александр Алексеевич. Очерки истории российской рекламы [Текст] : научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с.
---	--	--	------------	---------	----------	---

1	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	<p><b>Для овладения знаниями:</b> конспектирование текста</p> <p><b>Для закрепления и систематизации знаний:</b> работа с конспектом лекций</p>	две недели	15 (15)	Тест, КЛ	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с.Игнатенко, Александр Алексеевич. Очерки истории российской рекламы [Текст] : научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с.</p>
---	-------------------------------------	---	------------	---------	----------	--

1	<p>Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).</p>	<p>Для закрепления и систематизации знаний: составление глоссария</p>	неделя	15 (15)	Тест, Гл	<p>Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с. Игнатенко, Александр Алексеевич. Очерки истории российской рекламы [Текст] : научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с. , Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с</p>
---	---	---	--------	---------	----------	--

1	Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в.	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	две недели	13 (13)	Тест, Реф	Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с., Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с., Евстафьев, Владимир Александрович. История российской рекламы. Современный период: учеб. пособие - М., 2021. - 919 с.
<b>Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)</b>				<b>163</b>		
<b>Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)</b>				<b>163</b>		
<b>Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)</b>				<b>163</b>		



### 4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	5
Наименование основных разделов (модулей)	Проторекламные формы Реклама и PR в античном обществе Реклама и PR Западного Средневековья Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв. Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв. Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв. Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920) Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века. Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953). Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в.
Формы текущего контроля	Тест, устный опрос, глоссарий по предмету, практическое задание, доклад/презентация, контрольная работа, реферат, конспект лекций
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

#### 4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Формы демонстративного поведения	1 (0)	Тест, УО	ОПК-2.2, ОПК-2.1, ОПК-3.1
2	3	Работа с кейсом "Информационная политика" семейства Борджиа	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-2.1, ОПК-3.1
3	8	Плакатная реклама в период Гражданской войны	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-3.2
4	10	Документальный фильм А. Денисова «Кукрыниксы против Геббельса»	1 (0)	Тест, Пз	ОПК-3.1, ОПК-3.2

#### 4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Проторекламные формы	Протореклама	ОПК-2	ОПК-2.1
2	Реклама и PR в античном обществе	Политическая реклама и PR в античном мире	ОПК-2	ОПК-2.1
3	Реклама и PR Западного Средневековья	Имидж средневековых монархов	ОПК-2	ОПК-2.1
4	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	Реклама и PR в XVI-XVIII вв.	ОПК-3	ОПК-3.1
5	Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XX вв.	Французские художники-плакатисты	ОПК-3	ОПК-3.2
6	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	Технологии и методы американского и европейского PR в годы Первой мировой войны	ОПК-2	ОПК-2.2
7	Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	Формы рекламирования в России в XV-XVIII вв.	ОПК-3	ОПК-3.1
8	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	Плакатная реклама в годы Гражданской войны	ОПК-3	ОПК-3.2
9	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	Формы радиорекламы в 20-30-гг. XX века	ОПК-3	ОПК-3.2
10	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	Политическая коммуникация в годы ВОВ	ОПК-3	ОПК-3.1
11	Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в.	Российская реклама в 1990-е гг.	ОПК-2	ОПК-2.1

#### 4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков

осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной программы;
- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

**Подготовка к лекции.** Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к практическому занятию.** Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

**Подготовка к контрольной работе.** Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется

контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

**Подготовка к экзамену.** Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

### **Формы внеаудиторной самостоятельной работы**

**Составление глоссария** Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочесть работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

**Разработка проекта** (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные

креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

**Информационный поиск** Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

**Разработка мультимедийной презентации** Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной

информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

#### **4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

### **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **а) основная литература**

1. Невмержицкая, Елена Александровна. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Текст] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая ; рец.: Н. В. Сметнева, А. В. Сивкова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. сервиса и рекламы. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 72 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 72. - 100.00 р.

2. Трушина, Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы [Текст] : учебник / Л. Е. Трушина. - М. : Дашков и К', 2018. - 245 с. : табл. ; 21 см. - Библиогр.: с. 241-245. - ISBN 978-5-394-01087-3 : 278.30 р.

3. Евстафьев, Владимир Александрович. История российской рекламы. Современный период [Текст] : учеб. пособие для использования в учеб. процессе образов. учреждений, реализ. программы высш. образования по направл. подготовки "Реклама и связи с общественностью" (уровень магистратуры) / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2021. - 919 с. : ил., [4] вкл. л. цв. ил., табл. ; 24 см. - (Учебные издания для магистров). - Библиогр.: с. 805-849. - ISBN 978-5-394-03723-8 : 1331.00 р.

4. Бузни, Е. Н. История связей с общественностью [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Связи с общественностью" / Е. Н. Бузни. - 2-е изд. - М. : Вузовский учебник ; М. : Инфра-М, 2017. - 224 с. ; 21 см. - Библиогр.: с. 220-222. - ISBN 978-5-9558-0347-0. - ISBN 978-5-16-009344-4. - ISBN 978-5-16-100240-7 : 440.00 р.

## **б) дополнительная литература**

1. Малых, Светлана Владимировна. Рекламное дело в Восточной Сибири (на материалах периодической печати 1880 - 1914 гг.) [Текст] : научное издание / С. В. Малых ; ред. Л. М. Дамешек ; рец.: Ю. М. Гончаров, В. П. Шахеров ; Иркутский гос. ун-т, Лаб. ист. и полит. демографии. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2013. - 151 с. : ил. ; 21 см. - Библиогр.: с. 139-151. - ISBN 978-9624-0921-4 : 261.00 р., 261.00 р.

2. Шестаков, Юрий Александрович. История рекламы [Текст] : учеб. пособие / Ю. А. Шестаков. - М. : Риор ; М. : Инфра-М, 2016. - 258 с. ; 21 см. - (Высшее образование. Бакалавриат). - Библиогр.: с. 256-258. - ISBN 978-5-369-01496-7. - ISBN 978-5-16-011560-3 : 635.00 р.

3. Игнатенко, Александр Алексеевич. Очерки истории российской рекламы [Текст] : научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с. ; 21 см. - ISBN 978-5-91419-828-9 : 414.45 р.

## **в) периодическая литература**

Нет.

## **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Нет.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № 6К-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа:

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>



Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014  Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)  Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	--

### 6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад. организаций Русская версия MultipleLicense RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	Условия правообладателя

### 6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

## VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации учения.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

**Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:**

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1				
2				
3				
4				
5				
6				

**VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### 8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	<p>Проторекламные формы.                      Реклама и PR в античном обществе.                      Реклама и PR Западного Средневековья.                      Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв..                      Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв..                      Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв..                      Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени.                      Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920).                      Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века..                      Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)..                      Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в..</p>	ОПК-2.2, ОПК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-3.2
2	Устный опрос	<p>Проторекламные формы.                      Реклама и PR в античном обществе.                      Реклама и PR Западного Средневековья.                      Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв..                      Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв..                      Развитие европейского и американского PR в XIX – XX вв..                      Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени.                      Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920).                      Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века..                      Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)..                      Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в..</p>	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-2.1, ОПК-2.2
3	Глоссарий по предмету	<p>Проторекламные формы.                      Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв..                      Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени.                      Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)..</p>	ОПК-2.1, ОПК-3.1

4	Практическое задание	Реклама и PR в античном обществе. Реклама и PR Западного Средневековья. Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920). Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.. Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).. Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в..	ОПК-2.1, ОПК-3.2
5	Доклад/презентация	Реклама и PR в античном обществе. Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв.. Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.. Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени.	ОПК-2.1, ОПК-3.2, ОПК-2.2
6	Контрольная работа	Реклама и PR Западного Средневековья. Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв..	ОПК-2.1, ОПК-2.2
7	Реферат	Развитие европейской и американской рекламы в XIX - XXв.. Реклама и PR в 50-90-е гг. XX в..	ОПК-3.2, ОПК-2.1
8	Конспект лекций	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.. Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века..	ОПК-2.2, ОПК-3.2

### **Примеры оценочных средств для текущего контроля**

#### **Демонстрационный вариант теста**

*1. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Престижная протореклама выполняла:

- a. функции демонстрирования социального ранга
- b. сакральные функции
- c. функции демонстрирования богатства

*2. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Разновидность античных вывесок, когда вывеской служил сам предлагаемый товар:

- a. живописные
- b. предметные

с. предметно-символические

3. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

К инструментам протоPR в Западном Средневековье можно отнести:

- a. общественную и благотворительную деятельность монастырей
- b. статьи в официальных периодических изданиях
- c. публикация президентских обращений

4. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Газетная реклама в Западной Европе возникла в:

- a. XIX в.
- b. XVII в.
- c. XX в.

5. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

К особенностям рекламного процесса во Франции в XIX веке можно отнести:

- a. распространение малых рекламных печатных форм – «intelligentblatter».
- b. лидерство в жанре многоцветного плаката
- c. использование конных рекламных процессий

6. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Профессор Нью-Йоркского университета, автор первого курса по практике и этике PR  
В 1923 году

- a. Сэм Блэк
- b. Эдвард Бернейз
- c. Айви Ли

7. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Русское народное ответвление граверного мастерства

- a. экслибрис
- b. лубок
- c. раёк

8. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Плакаты Добровольческой армии в годы Гражданской войны изготавливал:

- a. Освободительно-агитационный отдел («Осваг»)
- b. Издательство «Искусство»
- c. Совинформбюро

9. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Для СССР 30-х гг. XXв. в сфере рекламной деятельности характерно:

a. формирование начальной стадии конкуренции между частными рекламными агентствами

- b. появление телевизионной рекламы
- c. развитие книгоношества как идеологической массовой работы

10. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Назовите автора известного плаката "Родина-мать зовёт!"

- a. И. Тоидзе

- b. В.Корецкий
- с. Кукрыниксы

11. Задание с единичным выбором. Выберите один правильный ответ.

Первые советские ролики на телевидении появились в:

- a. 70-х гг. XXв.
- b. 80-х гг. XXв.
- с. 60-х гг. XXв.

## **8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации**

### **Вопросы к экзамену:**

1. Сущность и формы проторекламы
2. Устные, письменные и изобразительные жанры античной рекламы. Политическая реклама античности. PR-технологии в античное время.
3. Устное рекламирование в западноевропейском Средневековье. Изобразительная и письменная реклама в Западной Европе Средних веков. Технологии связей с общественностью в эпоху Средневековья.
4. Печатная и изобразительная реклама в XVI-XVIII вв. Деятельность информационных бюро. Появление и развитие газетной рекламы в Западной Европе в XVII-XVIIIвв. PR-деятельность в XVII-XVIIIвв. Североамериканская реклама и PR колониального периода.
5. Особенности рекламного процесса в Англии, Франции и Германии в XIXв. Американская реклама в XIX – начале XX века Развитие рекламного дела в США и Западной Европе в XX веке
6. Развитие американского PR в XIX- XX веке.
7. Формы российской проторекламы и виды устного рекламирования в России в XV-XVIIIвв. Жанры изобразительной и печатной рекламы в России XVII-XVIII вв. Зрелищные формы политической рекламы в России XVIII в. Газетная реклама в России в XVIII – первой половине XIX вв. Жанры изобразительной и печатной рекламы в России XVII-XVIII вв. Зрелищные формы политической рекламы в России XVIII в. Газетная реклама в России в XVIII – первой половине XIX вв. Газетная реклама в России во второй половине XIX – начале XX века. Журнальная реклама. Эволюция лубочного творчества в XIX – начале XXв. Вывеска в XIX веке. Афиша и плакат в XIX- начале XX века. Российский фирменный знак. Малые изобразительные формы в России на рубеже XIX – XX веков. Начало фоторекламы в России. Российские выставки в XIX – начале XX вв. PR-коммуникация в досоветский период
8. Политические коммуникации в годы революции и Гражданской войны (1917-1920гг.)
9. Реклама в условиях НЭПа (1921-1929гг.) Рекламная деятельность в советский период: 30-е годы.
10. Рекламная деятельность в советский период: 50-е – первая половина 60-х гг. Реклама в советский период: 1965 – 1984гг. Тенденции развития рекламы в годы перестройки Советская пропаганда
11. Рекламная деятельность в советский период: 50-е – первая половина 60-х гг. Реклама в советский период: 1965 – 1984гг. Тенденции развития рекламы в годы перестройки Советская пропаганда

### **Примеры заданий к экзамену:**

1. Устный опрос. Проторекламные формы

Вопросы

1. Укажите цель престижной проторекламы.
2. На какую важнейшую функцию опираются проторекламные формы?
3. Какую роль играл первобытный ритуал с точки зрения культовой проторекламы?

2. Устный опрос. Реклама и PR в античное время

Вопросы по теме

1. Расскажите о роли глашатаев в античное время. Какие функции они выполняли?
2. Какие факторы способствовали развитию античной рекламы?
3. Как осуществлялось регулирование рекламы в античное время?
4. Приведите примеры литературных произведений, произведений эпистолярного жанра античной эпохи, содержащих элементы PR?

3. Устный опрос. Реклама и PR в Западноевропейском Средневековье

Вопросы для экзамена:

1. Устное рекламирование в Западном Средневековье
2. Изобразительная и письменная реклама в Западной Европе.
3. Технологии связей с общественностью в эпоху Средневековья
4. Контрольная работа. Реклама и PR в североамериканских колониях  
Контрольные вопросы для подготовки

1. Особенности рекламных кампаний по привлечению инвесторов и новых переселенцев в Америку в XVII и XVIII вв.
2. Специфика газетной рекламы в колониальный период
3. Промышленная революция как двигатель экономики потребления и фактор развития американской рекламы
4. Роль организации «Сыны свободы» и ее лидера Сэмюэла Адамса в организации специальных событий в Америке в XVIII в.
5. Газеты, памфлеты как способы пропаганды идеи американской независимости

**Разработчики:**

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(занимаемая должность)

Е.А. Невмержицкая  
\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы

Протокол № 8 от «14» марта 2023 г.

зав. кафедры

\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_

В.Ю. Рабинович

*Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.*