



**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

«19» мая 2021 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 Рекомендовано кафедрой рекламы :
бизнес-коммуникаций и информатики

Протокол № 13 от «19» мая 2021 г.

Протокол № 9 от «14» мая 2021 г.

Председатель  В.К. Карнаухова

зав. кафедрой  В.Ю. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

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 отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
4.3 Содержание учебного материала	9
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ ..	10
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	11
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	11
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	18
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	18
а) основная литература	18
б) дополнительная литература	18
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.....	19
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
6.1. Учебно-лабораторное оборудование:	19
6.2. Программное обеспечение:	21
6.3. Технические и электронные средства:	22
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	22
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	23
8.1. Оценочные средства текущего контроля.....	23
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	26

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 базовой части, формируемой участниками образовательных отношений Блок 1. Дисциплины (модули)

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

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».

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

Дисциплина является базовой для освоения таких дисциплин, как «Социология», «Политология», «Философия», «Теория и практика массовой информации», «Брендинг», «Реклама и связи с общественностью в политической сфере».

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для	ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции

их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2	развития Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
	ОПК-2.3	
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
	ОПК-3.3	

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 9 часов на экзамен.

Форма промежуточной аттестации: Экз

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

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоят ельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточно й аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоят ельная работа		
			Лекци и	Семинарские (практически е занятия)	Консультаци и			
		1	6	6		195	Экз	
1	Раздел I. История зарубежной рекламы и PR Проторекламные формы в коммуникациях XXI в.		0,5	0,5		13		
2	Реклама в античном обществе		0,5	0,5		16		
3	ПротоPR древних времён и античности		0,5	-		16		
4	Реклама и PR Западного Средневековья		0,5	1		16		
5	Рекламная и PR- деятельность в XVI-XVIII вв.		0,5	0,5		16		
6	Развитие рекламы в XIX - начале XXв.		0,5	1		16		
7	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.		0,5	-		16		
8	Раздел II История отечественной рекламы и PR Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени		0,5	1		15		
9	Рекламная деятельность и PR-технологии периода		0,5	0,5		15		

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточно
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			С КОН ТАК ТНО	
	революции и гражданской войны (1917- 1920)						
10	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.		0,5	0,5		15	
11	Организация коммуникативн ых потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941- 1953).		-	0,5		14	
12	Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.		0,5	-		15	
13	Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)		0,5	-		14	
Итого часов			6	6		195	9

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
I	Проторекламные формы в коммуникациях XXI века	Поиск литературы по теме, подготовка сообщений	В течение недели	13	Публичное выступление Участие в дискуссии	Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2008.
	Формы политической рекламы античности (аналитический семинар)	Подготовка доклада	В течение недели	32	Выступление с докладом, участие в обсуждении вопросов	1. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с. 2. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: М.: Юнити-Дана, 2008. 3. Сергеенко М. Е. Помпеи/ http://lib.rus.ec/b/190437/read
	Книга Николао Макиавелли «Государь» - «PR-учебник для правителей и министров»	Работа с источниками. Подготовка ответов на предложенные вопросы	В течение 2 недель	32	ответы на вопросы.	Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. Государь / Пер. с итал. М.А.Юсима. - М.: "РОССПЭН", 2002, 544 с.
	Развитие рекламы в XIX - начале XXв.	Подготовка реферата и выступления. Подбор литературы по теме	В течение недели	16	Защита Реферата	1. Тугендхольд Я.А. Плакат на Западе // Из истории западноевропейского, русского и советского искусства. – М., 1987. 2. Веркман К. Товарные знаки. Создание, психология, восприятие. – М., 1986. 3. Павлинская А.П. Товарный знак. – Л., 1974. 4. Хайн Т. Все об упаковке. – СПб., 1997.
	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	Подготовка докладов по предложенным темам	В течение недели	16	Защита доклада	Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Традиции народной культуры в российской рекламе и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	Подготовка к семинару.	В течение недели	15	Устный опрос. Участие в обсуждении вопросов.	1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: М.: Юнити-Дана, 2008. 2. Мединский В.Р. Особенности национального пиара. Правдивая история Руси от Рюрика до Петра. – М, 2010. – 624с. 3. Савельева О.О. Живая история российской рекламы: научное издание. - М.: Гелла-принт, 2004. - 262с. 4. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУ. Ч.1. – 2002 5. Игнатенко А.А. Очерки истории российской рекламы: научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетей, 2014. 6. Почакаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с.
	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	Подготовка к слайд-презентаций и выступления	В течение недели	15	Выступление со слайд-презентацией	1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012
	Товарный знак и малые формы рекламы в 20-30-е гг. XX века.	Подготовка к семинару в форме устного опроса	В течение недели	15	Ответы на вопросы семинара	1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 2. Грицук А.П. История отечественной рекламы. Советский период. Учебное пособие для очно-заочного и заочного обучения. - М.: МГУ печати, 2004.
	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	Подготовка к контрольной работе	В течение недели	14	Письменная контрольная работа	1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 2. Грицук А.П. История отечественной рекламы. Советский период. Учебное пособие для очно-заочного и заочного обучения. - М.: МГУ печати, 2004.

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
	Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.	Написание реферата	В течение недели	15	Защита реферата	1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 2. Грицук А.П. История отечественной рекламы. Советский период. Учебное пособие для очно-заочного и заочного обучения. - М.: МГУ печати, 2004.
	Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)	Подготовка письменной работе	В течение недели	14	Письменная работа	1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 2. Грицук А.П. История отечественной рекламы. Советский период. Учебное пособие для очно-заочного и заочного обучения. - М.: МГУ печати, 2004.
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				195		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				195		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				195		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	6
Наименование основных разделов (модулей)	<p>История зарубежной рекламы и PR.</p> <p>Протореклама. Реклама в античном обществе. ПротоPR древних времён и античности. Реклама и PR Западного Средневековья. Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв. Развитие рекламы в XIX - начале XXв. Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.</p> <p>История отечественной рекламы и PR.</p> <p>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 во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в. Реклама и PR периода перестройки (1985-1990).</p>
Формы текущего контроля	тесты, контрольные работы, практические занятия

Форма промежуточной аттестации	Экз
--------------------------------	-----

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.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	Раздел I Тема 1	Проторекламные формы в коммуникациях XXI века	0,5	Публичное выступление Участие в дискуссии	ОПК-2 ОПК-3
2	Тема 2	Формы политической рекламы в античности	0,5	Выступление с докладом, участие в обсуждении вопросов	
3	Тема 4	Реклама и PR Западного Средневековья (игровой семинар)	0,5	Выполнение творческого задания в группах, участие в обсуждении темы.	
4	Тема 4	Реклама и PR Западного Средневековья	0,5	Решение кейс-задачи.	
5	Тема 5	Книга Николо Макиавелли «Государь» - «PR-учебник для правителей и министров»	0,5	Работа с источниками, ответы на вопросы.	
6	Тема 6	Развитие рекламы в XIX - начале XXв.	1	Защита Реферата	
7	Раздел II Тема 8	Традиции народной культуры в российской рекламе и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	0,5	Устный опрос.. Участие в обсуждении вопросов.	
8	Тема 8	Реклама в российской прессе в XIX – начале XX вв.	0,5	Работа с образцами газетной рекламы н. XX вв.: сравнительный анализ. Обсуждение в группах. Устная беседа	
9	Тема 9	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны	0,5	Выступление со слайд-презентацией	

		(1917-1920)		
10	Тема 10	Товарный знак и малые формы рекламы в 20-30-е гг. XX века.	0,5	Ответы на вопросы семинара
11	Тема 11	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	0,5	Письменная контрольная работа

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

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	Изучить самостоятельно материал по предложенной теме. Подготовка к контрольной работе	ОПК-2, ОПК-3	

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 семинарскому занятию. Самостоятельная подготовка к семинару направлена: на развитие способности к чтению научной и иной литературы; на поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах; на выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия; на выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам; на развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации; на подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам; на формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем. Время на подготовку к семинару по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к семинару-конференции. Семинар-конференция проводится 1–3 раза в семестр, предполагает достаточно длительную самостоятельную подготовку студентов, изучающих какую-либо конкретную научную проблему. При его проведении сочетаются виды деятельности, соответствующие обычному семинарскому занятию и научной конференции, которая предусматривает организованное обсуждение докладов разных исследователей по определенному кругу проблем. В процессе самостоятельной подготовки к семинару-конференции студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции. Время на подготовку к семинару-конференции по нормативам составляет не менее 0,4 часа.

Подготовка к коллоквиуму. Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, мысленно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии. Время на подготовку к коллоквиуму 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 зачету** (в том числе к дифференцированному при отсутствии экзамена по дисциплине). Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра. Подготовка включает следующие действия: перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра, соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету, если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи. Время на подготовку к зачету по нормативам составляет не менее 4 часов.

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 **Написание реферата** Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Реферат (от лат. *refere* — докладывать, сообщать) — продукт самостоятельного творческого осмысления и преобразования текста первоисточника с целью получения новых сведений и существенных данных. Виды рефератов: — реферат-конспект, содержащий фактическую информацию в обобщенном виде, иллюстративный материал, различные сведения о методах исследования, результатах исследования и возможностях их применения; — реферат-резюме, содержащий только основные положения данной темы; — реферат-обзор, составляемый на основе нескольких источников, в котором сопоставляются различные точки зрения по данному вопросу; — реферат-доклад, содержащий объективную оценку проблемы; — реферат — фрагмент первоисточника, составляемый в тех случаях, когда в документе-первоисточнике можно выделить часть,

раздел или фрагмент, отражающие информационную сущность документа или соответствующие задаче реферирования; — обзорный реферат, составляемый на некоторое множество документов-первоисточников и являющийся сводной характеристикой определенного содержания документов. Выполнение задания: 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем; 2) определить источники, с которыми придется работать; 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников; 4) составить план; 5) написать реферат: — обосновать актуальность выбранной темы; — указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание); — сформулировать проблематику выбранной темы; — привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию; — сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; — способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

Написание эссе Цель самостоятельной работы: развитие навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Эссе — «жанр философской, литературно-критической, историко-биографической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнuto индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную речь». Признаки эссе: Небольшой объем — от трех до семи страниц компьютерного текста; допускается эссе до десяти страниц машинописного текста. Конкретная тема и подчеркнuto субъективная ее трактовка. Свободная композиция — важная особенность эссе. Непринужденность повествования. Использование парадоксов. Внутреннее смысловое единство. Ориентация на разговорную речь. Выполнение задания: 1) написать вступление (2–3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы). 2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других; 3) дать комментарии к проблеме; 4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию; 5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного). Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

Подготовка доклада Цель самостоятельной работы: расширение научного кругозора, овладение методами теоретического исследования, развитие самостоятельности мышления студента. Доклад — публичное сообщение или документ, которые содержат информацию и отражают суть вопроса или исследования применительно к данной ситуации. Виды докладов: 1. Устный доклад — читается по итогам проделанной работы и является эффективным средством разъяснения ее результатов. 2. Письменный доклад: — краткий (до 20 страниц) — резюмирует наиболее важную информацию, полученную в ходе исследования; — подробный (до 60 страниц) — включает не только текстовую структуру с заголовками, но и диаграммы, таблицы, рисунки, фотографии, приложения, сноски, ссылки, гиперссылки. Выполнение задания: 1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад); 2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации: — первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.); — вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.); — третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.); 3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее; 4) написать доклад, соблюдая следующие требования: к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы; к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы

учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу рассматриваемых вопросов, внести свои предложения; 5) оформить работу в соответствии с требованиями. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационной 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.

Выполнение кейс-задания Цель самостоятельной работы: формирование умения анализировать в короткие сроки большой объем неупорядоченной информации, принятие решений в условиях недостаточной информации. Кейс-задание (англ. case — случай, ситуация) — метод обучения, основанный на разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий. Виды кейсов: иллюстративные, аналитические, связанные с принятием решений. Выполнение задания: 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения: — титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса; — введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия; — основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига,

проблема; — заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено); 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.); 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Составление тематического портфолио работ Цель самостоятельной работы: развитие способности к систематизации и анализу информации по выбранной теме, работе с эмпирическими данными, со способами и технологиями решения проблем. Тематическое портфолио работ — материалы, отражающие цели, процесс и результат решения какой-либо конкретной проблемы в рамках той или иной темы курса (модуля). Портфолио работ состоит из нескольких разделов (согласуются с преподавателем). Структура тематического портфолио работ: — сопроводительный текст автора портфолио с описанием цели, предназначения и краткого описания документа; — содержание или оглавление; органайзер (схемы, рисунки, таблицы, графики, диаграммы, гистограммы); лист наблюдений за процессами, которые произошли за время работы; письменные работы; видеофрагменты, компьютерные программы; рефлексивный журнал (личные соображения и вопросы студента, которые позволяют обнаружить связь между полученными и получаемыми знаниями). Выполнение задания: 1) обосновать выбор темы портфолио и дать название своей работе; 2) выбрать рубрики и дать им названия; 3) найти соответствующий материал и систематизировать его, представив в виде конспекта, схемы, кластера, интеллект-карты, таблицы; 4) составить словарь терминов и понятий на основе справочной литературы; 5) подобрать необходимые источники информации (в том числе интернет-ресурсы) по теме и написать тезисы; 6) подобрать статистический материал, представив его в графическом виде; сделать выводы; 7) подобрать иллюстративный материал (рисунки, фото, видео); 8) составить план исследования; 9) провести исследование, обработать результаты; 10) проверить наличие ссылок на источники информации. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность использовать современные способы и технологии решения проблем.

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.

Использование инфографики Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы спомощью инфографики. Инфографика — «область коммуникативного дизайна, в основе которой лежит графическое представление информации, связей, числовых данных и знаний» (В. В. Лаптев). Вариант задания: представить информацию по заданной теме с помощью зрительных форм — знаков, графического дизайна, рисунков, иллюстраций. Выполнение задания: 1) выбор темы; 2) сбор информации (документальной и визуальной); 3) систематизация собранной информации; 4) создание плана презентации: — классификация информации по типу; — выбор тематики действия (инструктивная, исследовательская, имитационная); — выбор коммуникативной тактики (дискуссии и дебаты для точной передачи идеи); — выбор творческой тактики (создание новых форм и подходов к изучению и представлению информации); — систематизация информации по какому-либо принципу (по алфавиту, по времени, по категориям, по иерархии); 5) создание эскиза (для печатной инфографики) и раскадровка (для интернет-инфографики); 6) планирование и работа над графикой (создание основного и второстепенных объектов). Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

30 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 Power Point 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. **Построение сводной (обобщающей) таблицы** Цель самостоятельной работы: усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы с помощью построения таблицы. Сводная (обобщающая) таблица — концентрированное представление отношений между изучаемыми феноменами, выраженными в форме переменных. Варианты задания: — представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий; — представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины). Правила составления таблицы: 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования; 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично; 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения; 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире; 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности; 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом; 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения; 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа. Планируемые результаты самостоятельной работы: — готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

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. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – 3-е изд., перераб. И доп. – М.: Юнити-Дана, 2008. – 495с. - ISBN 978-5-238-01462-3 – **29 экз.**

2. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. В. Учёнова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — Режим доступа: ЭБС «Рукопт». — Огранич.доступ. - ISBN 978-5-238-00712-4

б) дополнительная литература

1. Александров Ф. Хроники российской рекламы: учеб. пособие для студ., обуч. по спец. "Реклама" / Ф. Александров. - М. : Гелла-принт, 2003. - 345 с. - ISBN 5-901008-22-7. Экз 10.

2. Игнатенко А.А. Очерки истории российской рекламы: научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с. - ISBN 978-5-91419-828-9. Экз 1 нф.

3. Малых С.В. Рекламное дело в Восточной Сибири (на материалах периодической печати 1880 - 1914 гг.): научное издание / С. В. Малых. - Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. - ISBN 978-9624-0921-4. Экз нФ 10, сирфак 1.
4. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с. - ISBN 5-91180-050-0. Экз.: 4. Сирфак 2.
5. Савельева О.О. Живая история российской рекламы: научное издание / О. О. Савельева. - М.: Гелла-принт, 2004. - 262с. - ISBN 5-901008-30-8 Экз: нФ 1, сирфак 2
6. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы: учеб. пособие / О.В.Сляднева. – СПб.: Изд-во СПбГУ. Ч.1. – 2002. – 136с. Экз: нФ 1
7. Тангейт М. Всемирная история рекламы: пер. с англ. / М. Тангейт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269с. - ISBN 978-5-9614-0853-9 Экз: 1 фчз

в) периодическая литература

-

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>.

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

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

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

– ЭБС «Издательство Лань». ООО «Издательство Лань». Контракт № 92 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г.

– ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение № 31 от 22.02.2011 г. Адрес доступа: <https://isu.bibliotech.ru/> Срок действия: с 22.11.2011 г. бессрочный.

– ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Рукопт». ЦКБ «Бибком». Контракт № 91 от 12.11.2018 г. Акт от 14.11.2018 г..

– ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru». ООО «Айбукс». Контракт № 90 от 12.11.2018 г. Акт № 54 от 14.11.2018 г.

– Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 70 от 04.10.2018 г.

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
Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения,	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014

<p>семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>служащими для представления информации большой аудитории: Ноутбук (Aser Aspire v3-5516 (AMD A10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет, 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>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I Mth Acdms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
<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</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 Dual Core 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную</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 Mth Acdms Stdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 1500-2499</p>

	информационно-образовательную среду организации.	Node 1 year Educational License № 1B08170221-054045730177
--	--	---

6.2. Программное обеспечение:

№	Наименование Программного продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1.	1С:Предприятие, 8.0(учебный комплект): 1С:Бухгалтерия, 8.2 1С:Зарплата и управление персоналом 1С:Управление торговлей 1С:Управление производственным предприятием 1С: ОТЕЛЬ, 8 1С:Оценка персонала, 8	30	Пер №8972331	2015	бессрочно
2.	Adobe Acrobat XI Лицензия АЕ для акад.организаций Русская версия Multiple License RU (65195558)Platforms	12	11447921 Государственный контракт № 03-019-13	19.06.2013	бессрочно
3.	Business Studio 4.0	50	Лицензия № 7464	2015	бессрочно
4.	Directum 5.1	30	Лицензия № 26057	2016	1год
5.	Java 8	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.oracle.com/legal/terms.html	Условия правообладателя	бессрочно
6.	Joomla 3.6	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.joomla.org/JEDL	Условия правообладателя	бессрочно
7.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
8.	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	10	Номер Лицензии Microsoft 42095516	27.04.2007	бессрочно
9.	Microsoft SQL Server 2012	1	Номер Лицензии Microsoft 65343111		бессрочно
10.	Microsoft Windows Server 2008 r2 Enterprise	1	Номер Лицензии Microsoft 49413875		бессрочно
11.	Microsoft® Windows® Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level Promo	12	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2009	бессрочно
12.	Microsoft®WinSL 8.1 Russian Academic OLP 1License NoLevel Legalization GetGenuine	130	Microsoft Invoice Number: 9564547610 ООО 'ИЦ 'Сиброн'	22.12.2014	бессрочно
13.	OpenOffice 4.1.3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке:	Условия правообладателя	бессрочно

			https://www.openoffice.org/licenses/PDL.html		
14.	Perl 5.24.0	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: http://dev.perl.org/licenses/	Условия правообладателя	бессрочно
15.	Postgresql 9.6.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.postgresql.org/about/licence/	Условия правообладателя	бессрочно
16.	Protege	100	Условия использования по ссылке: http://protege.stanford.edu/support.php	Условия правообладателя	бессрочно
17.	Python 3	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://docs.python.org/3/license.html	Условия правообладателя	бессрочно
18.	Ubuntu Linux 16.04.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.ubuntu.com/legal/terms-and-policies/terms	Условия правообладателя	бессрочно
19.	VirtualBox 5.1	Условия правообладателя	Условия использования по ссылке: https://www.virtualbox.org/wiki/VirtualBox_PUEL	Условия правообладателя	бессрочно
20.	Евфрат-Документооборот, версия 15	20	многопользовательская лицензия № 0221209	2015	бессрочно

6.3. Технические и электронные средства:

Методической концепцией 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.

1.	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.
2.	Лекционно-семинарско-зачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподнести его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке

		обучающихся
3.	Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.
4.	Систему инновационной оценки «портфолио»	Формирование персонифицированного учета достижений обучающегося как инструмента педагогической поддержки социального самоопределения, определения траектории индивидуального развития личности

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
1	Тема 1 Проторекламные формы в коммуникациях XXI века	семинар	Групповая дискуссия	0,5
2	Тема 4 Реклама и PR Западного Средневековья	игровой семинар	Деловая игра. Дискуссия	0,5
3	Тема 4 Реклама и PR Западного Средневековья	семинар	Решение кейс-задачи	0,5
4	Тема 8 Традиции народной культуры в российской рекламе и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	семинар	Обсуждение вопросов. Групповая дискуссия	0,5
5	Тема 8 Реклама в российской прессе в XIX – начале XX вв.	семинар	Обсуждение вопросов. Групповая дискуссия	0,5
Итого часов				2,5

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	ответы на вопросы	Тема 1. Проторекламные формы в коммуникациях XXI века	ОПК-2, ОПК-3
2	доклад	Тема 2 Политическая реклама в античности	
3	Творческое задание	Тема 4 Реклама и PR Западного Средневековья	
4	Решение кейс-задачи	Тема 4 Реклама и PR Западного Средневековья	
5	Работа с источником. Ответы на вопросы	Тема 5. Книга Никколо Макиавелли «Государь» - PR-учебник для правителей и министров	
6.	реферат	Тема 6. Развитие рекламы в XIX - начале XXв.	

7.	Ответы на вопросы	Тема 8 Традиции народной культуры в российской рекламе и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени
8.	Анализ источника. Выполнение задания.	Тема 8 Реклама в российской прессе в XIX – начале XX вв.
9	Слайд-презентация	Тема 9 Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)
10	Ответы на вопросы	Тема 10. Товарный знак и малые формы рекламы в 20-30-е гг. XX века
11	Контрольная работа	Тема 11. Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).

Демонстрационный вариант теста №1

1. Престижная протореклама выполняла:

- а) сакральные функции
- б) функции демонстрирования социального ранга
- в) функции демонстрирования богатства

2. Разновидность античных вывесок, когда вывеской служил сам предлагаемый товар:

- а) предметно-символические вывески
- б) живописные вывески
- в) предметные

3. К инструментам протоPR в Западном Средневековье можно отнести:

- а) общественную и благотворительную деятельность монастырей
- б) статьи в официальных периодических изданиях
- в) публикация президентских обращений

4. Газетная реклама в Западной Европе возникла в:

- а) XVII в.
- б) XIX в.
- в) XX в.

5. Термин «публик рилейшнз» впервые употребил:

- а) Джордж Вашингтон
- б) Бенджамин Франклин
- в) Томас Джефферсон

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

- а) Эдвард Бернейз
- б) Айви Ли
- в) Сэм Блэк

7. Первые PR-агентства и отделы, появившиеся в Бостоне в 1900г., назывались:

- а) Комитеты информации
- б) Ассоциации PR
- в) Бюро паблисити

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

- а) использование конных рекламных процессий
- б) лидерство в жанре многоцветного плаката
- в) распространение малых рекламных печатных форм – «intelligentblatter».

9. Понятие УТП в научный оборот ввел:

- а) Клод Хопкинс
- б) Россер Ривз
- в) Дэвид Огилви

10. Представитель «эпохи копирайтеров» первой половины XXв., автор методики «приоритетного утверждения»:

- а) Билл Бернбах
- б) Лео Барнетт
- в) Клод Хопкинс

11. Разработка известной рекламной кампании «Rolls-Royce» на тему: «На скорости 60 миль самый громкий шум в новом "Rolls-Royce" — от электрических часов» принадлежит:

- а) Лео Барнетту
- б) Дэвиду Огилви
- в) Биллу Бернбаху

12. Первое американское журнальное рекламное объявление появилось в 1741г.:

- А) в издании «General Magazine»
- Б) в издании «Boston News-Letter»
- В) в издании «New York World»

13. Первое упоминание о деятельности информационных бюро в Европе относится:

- А) к XVI веку
- Б) к XVII веку
- В) к XVIII веку

14. Первые PR-акции в Америке в XVIIIв. разрабатывались как технологии давления на правительство Великобритании и носили ярко выраженный

- А) политический характер
- Б) экономический характер
- В) социальный характер

15. Возможности психологического воздействия PR на общественность в своей работе «Общественное мнение» изучал:

- А) Артур Пейдж

- Б) Уолтер Липпманн
- В) Айви Ли

16. С его именем связывают начало креативной революции в рекламе XX века:

- А) Джон Пауэрс
- Б) Билл Бернбах
- В) Джон Кейплз

17. Впервые в рекламной кампании туалетного мыла Woodbury («Procter & Gamble») был использован синтетический стиль подачи рекламного сообщения:

- а) Элен Ландсдоун Резор
- б) Джоном Пауэрсом
- в) Дэвидом Огилви

18. Соотнесите события и период:

- А) начало первых рекламных кампаний в Европе по продвижению колониальных товаров
- Б) появление в США первого реестра рекламных агентств
- В) появление термина «public relations».

- 1. XX век
- 2. XVII – XVIII вв.
- 3. XIX век

19. Расположите события в правильной последовательности от раннего к позднему:

- А) появление жанра многоцветного плаката
- Б) появление информационных бюро в Западной Европе
- В) распространение карт Т-О типа в Западной Европе
- Г) появление телевизионной рекламы

20. Соотнесите фамилии отцов-основателей западноевропейской рекламы с их деятельностью:

- А) Теофраст Ренодо
- Б) Джон Хоутон
- В) М. Нидхэм

- 1. организация информационного бюро во Франции
- 2. организация первого рекламного журнала
- 3. появление межличностной рекламы в прессе

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену

Вопросы для устного собеседования

Раздел 1

- 1. Сущность и формы проторекламы.
- 2. Устные, письменные и изобразительные жанры античной рекламы.
- 3. Политическая реклама античности.

4. PR-технологии в античное время.
5. Устное рекламирование в западноевропейском Средневековье.
6. Изобразительная и письменная реклама в Западной Европе Средних веков.
8. Технологии связей с общественностью в эпоху Средневековья.
9. Печатная и изобразительная реклама в XVI-XVIII вв.
10. Деятельность информационных бюро. Появление и развитие газетной рекламы в Западной Европе в XVII-XVIII вв.
11. PR-деятельность в XVII-XVIII вв.
12. Североамериканская реклама и PR колониального периода.
13. Развитие американского PR в XIX- XX веке.
14. Особенности рекламного процесса в Англии, Франции и Германии в XIX.
15. Американская реклама в XIX – начале XX века
16. Развитие рекламного дела в США и Западной Европе в XX веке

Раздел 2

1. Формы российской проторекламы и виды устного рекламирования в России в XV-XVIII вв.
2. Жанры изобразительной и печатной рекламы в России XVII-XVIII вв.
19. Зрелищные формы политической рекламы в России XVIII в.
20. Газетная реклама в России в XVIII – первой половине XIX вв.
3. Газетная реклама в России во второй половине XIX – начале XX века. Журнальная реклама.
4. Эволюция лубочного творчества в XIX – начале XX в. Вывеска в XIX веке.
5. Афиша и плакат в XIX- начале XX века.
6. Российский фирменный знак. Малые изобразительные формы в России на рубеже XIX – XX веков.
7. Начало фоторекламы в России.
8. Российские выставки в XIX – начале XX вв.
9. PR-коммуникация в досоветский период
10. Политические коммуникации в годы революции и Гражданской войны (1917-1920 гг.)
11. Реклама в условиях НЭПа (1921-1929 гг.)
12. Рекламный процесс во время Великой Отечественной войны и в первые послевоенные годы (1941-1953 гг.)
13. Рекламная деятельность в советский период: 30-е годы.
14. Рекламная деятельность в советский период: 50-е – первая половина 60-х гг.
15. Реклама в советский период: 1965 – 1984 гг.
16. Тенденции развития рекламы в годы перестройки
17. Советская пропаганда

Критерии оценки

оценка «неудовлетворительно» - менее 60 баллов.

оценка «удовлетворительно» 60 - 70 баллов

оценка «хорошо» - 71-85 баллов

оценка «отлично» - 86-100 баллов

Разработчики:



Доцент кафедры
рекламы

Е.А.Невмержицкая

(подпись)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки.

Программа рассмотрена на заседании кафедры

Протокол № 9 от «14» мая 2021 г.

Зав. кафедрой



Рабинович В.Ю.

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