



**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

«16» марта 2022 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 «16» марта 2022 г.

Протокол № 7 от «15» марта 2022 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	10
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	11
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	12
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	13
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	17
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	17
а) основная литература	17
б) дополнительная литература	17
в) периодическая литература	18
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	18
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	19
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	19
6.2. Программное обеспечение	20
6.3. Технические и электронные средства	20
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	20
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	21
8.1. Оценочные средства текущего контроля	21
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	25

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)».

Данная дисциплина содержательно связана с курсами «История», «Культурология». 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.

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

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
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.

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 в коммуникациях XXI в.	1	1	0	0	12		
2	Реклама в античном обществе	1	0	1	0	12		

3	ПротоPR древних времён и античности	1	1	0	0	12	
4	Реклама и PR Западного Средневековья	1	1	1	0	12	
5	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	1	0	1	0	12	
6	Развитие рекламы в XIX - начале XXв	1	0	1	0	12	
7	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	1	1	0	0	12	
8	Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	1	1	0	0	12	
9	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	1	0	1	0	12	
10	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	1	1	0	0	12	
11	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)	1	0	1	0	12	
12	Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.	1	0	0	0	12	
13	Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)	1	0	0	0	15	
Итого за 1 семестр			6	6	0	159	Экз (9)
Итого часов			6	6	0	159	

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	Заг- раты вре- мени (час.)		

1	Проторекламные формы в коммуникациях XXI в.	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение недели	12	Д	Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2008.
1	Реклама в античном обществе	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение недели	12	Д	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.
1	ПротоPR древних времён и античности	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	в течение недели	12	УО	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.
1	Реклама и PR Западного Средневековья	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	в течение двух недель	12	УО	Макиавелли Н. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. Государь / Пер. с итал. М.А.Юсима. - М.: "РОССПЭН", 2002, 544 с.
1	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы, конспектирование текста	в течение недели	12	КЛ	Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2008.

1	Развитие рекламы в XIX - начале XXв	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	в течение недели	12	Реф	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.
1	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	Для овладения знаниями: чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада	в течение недели	12	Д	Почкаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с

1	Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы</p>	в течение недели	12	УО	<p>1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: М.: Юнити-Дана, 2008.</p> <p>2. Мединский В.Р. Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. – М, 2010. – 624с.</p> <p>3. Савельева О.О. Живая история российской рекламы: научное издание. - М.: Гелла-принт, 2004. - 262с.</p> <p>4. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы: учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУ. Ч.1. – 2002</p> <p>5. Игнатенко А.А. Очерки истории российской рекламы: научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб.: Алетейя, 2014.</p> <p>6. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с.</p>
1	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	в течение недели	12	Пр, РЗ	<p>1. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие.— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012</p>

1	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	в течение недели	12	УО	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.
1	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)	Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	в течение недели	12	КР	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.

1	Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.	Для закрепления и систематизации знаний: подготовка реферата	в течение недели	12	Реф	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.
1	Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: ответы на контрольные вопросы	в течение недели	15	КР	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)				159		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				0		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				159		

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	5
--------------------------------	---

Наименование основных разделов (модулей)	<p>Проторекламные формы в коммуникациях XXI в.</p> <p>Реклама в античном обществе</p> <p>ПротоPR древних времён и античности</p> <p>Реклама и PR Западного Средневековья</p> <p>Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.</p> <p>Развитие рекламы в XIX - начале XXв</p> <p>Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.</p> <p>Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени</p> <p>Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)</p> <p>Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.</p> <p>Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)</p> <p>Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.</p> <p>Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)</p>
Формы текущего контроля	Доклад/презентация, устный опрос, конспект лекций, реферат, практическое задание, решений задач, контрольная работа
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.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
2	2	Формы политической рекламы в античности	1	Д	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
4	4	Реклама и PR Западного Средневековья (игровой семинар)	1	Деловая игра	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
5	5	Книга Николо Макиавелли «Государь» - «PR-учебник для правителей и министров»	1	УО	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2

6	6	Развитие рекламы в XIX - начале XXв.	1	Реф	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
9	9	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	1	Д	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
11	11	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953).	1	КР	ОПК-2.1, ОПК-2.2, 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 в коммуникациях XXI в.	Найти примеры престижной проторекламы в разные исторические эпохи и в современный период	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
2	Реклама в античном обществе	Составить глоссарий по теме "Формы политической рекламы в античности"	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
3	ПротоPR древних времён и античности	Составить план-конспект по теме "Составляющие имиджа римских императоров"	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
4	Реклама и PR Западного Средневековья	Самостоятельно изучить литературу по теме Формы рекламирования в эпоху Развитого Средневековья	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
5	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	Прочитать труд Н. Макиавелли "Государь"	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
6	Развитие рекламы в XIX - начале XXв	Самостоятельно изучить творчество французских художников-плакатистов XIX века	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2

7	Развитие американского и европейского PR в XIX – XX вв.	Проанализировать крупные рекламные агентства указанного периода, составить план-конспект	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
8	Российская реклама и PR в эпоху Средневековья и Нового Времени	составить глоссарий по теме "Жанры российской рекламы до XV - XVIII века"	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
9	Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	самостоятельно изучить тематику плакатов эпохи революции и гражданской войны	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
10	Реклама и PR в 20-30-е гг. XX века.	самостоятельно изучить тему "Малые формы рекламы в 20-30-е гг. XX века"	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
11	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)	посмотреть документальный фильм "Кукрыниксы против Геббельса", выписать используемые в войне инструменты агитационно-пропагандистской деятельности.	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
12	Реклама и PR во второй половине 50-х - 80-е гг. XX в.	составить план-конспект по теме "Особенности организации рекламного процесса в 50-80-гг. XXв.	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
13	Реклама и PR периода перестройки (1985-1990)	самостоятельно изучить особенности российской телевизионной рекламы 90-х гг. XXв.	ОПК-2, ОПК-3	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2

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 полученных 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 прочитать 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 вопро-

сов 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 (титольный 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, определе-

ние 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)

— Тем нет.

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.

2. Учёнова, В. В. История отечественной рекламы. 1917-1990 [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В. В. Учёнова .— М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 .— Режим доступа: ЭБС «Руконт»

3. Невмержицкая Е.А. История рекламы и связей с общественностью: конспект лекций и контрольные задания [Электронный ресурс] : учеб.-метод. пособие для студ. направл. "Реклама и связи с общественностью" / Е. А. Невмержицкая. - ЭВК. - Иркутск : ЦентрНаучСервис, 2017. - 74 с. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ.

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.

2. Игнатенко А.А. Очерки истории российской рекламы: научное издание / А. А. Игнатенко. - СПб. : Алетейя, 2014. - 87 с.

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.

4. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие. – СПб.: Питер Пресс, 2007. -284с.

5. Савельева О.О. Живая история российской рекламы: научное издание / О. О. Савельева. - М.: Гелла-принт, 2004. - 262с.

6. Сляднева О.В. Очерки истории российской рекламы: учеб. пособие / О.В.Сляднева. – СПб.: Изд-во СПбГУ. Ч.1. – 2002. – 136с.

7. Тангейт М. Всемирная история рекламы: пер. с англ. / М. Тангейт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269с.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. 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.

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 № бК-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.;

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: 0365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- 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 MthAcDmsStdnt 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	ОС Windows: DreamSpark Premium	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Договор № 03-016-14 от 30.10.2014	Условия правообладателя
2	Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level	25	Номер Лицензии Microsoft 46211164 Гос.контракт № 03-162-09 от 01.12.2009	01.12.2019	Условия правообладателя
3	Kaspersky Endpoint Security для-бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177	Условия правообладателя	1B08-170221-054045-730-177	Условия правообладателя	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.

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 преподносить 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
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	Доклад/презентация	Реклама в античном обществе Рекламная деятельность и PR-технологии периода революции и гражданской войны (1917-1920)	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
2	Деловая игра	Реклама и PR Западного Средневековья	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
3	Устный опрос	Рекламная и PR-деятельность в XVI-XVIII вв.	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
4	Реферат	Развитие рекламы в XIX - начале XXв	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
5	Контрольная работа	Организация коммуникативных потоков в период Великой Отечественной войны и первые послевоенные годы (1941-1953)	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Задания с единичным выбором. Выберите правильный вариант ответа

1. Престижная протореклама выполняла:

- а) сакральные функции
- б) функции демонстрация социального ранга
- в) функции демонстрация 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. Русское народное ответвление граверного мастерства.

- а) экслибрис
- б) лубок
- в) раёк

6. Профессионально изготовленные гравюры, совмещавшие три впоследствии расслоившихся рекламных жанра: зрелищную афишу, театральную программку и пригласительный билет, носившие элитарный характер:

- А) раусы
- Б) конклюдии

В) лубочные картинки

7. Первая российская печатная газета называлась:

а) «Куранты»

б) «Вестник»

в) «Ведомости»

8. В России во второй половине XIX века:

а) была учреждена государственная монополия на частные объявления

б) была отменена государственная монополия на частные объявления

в) была введена предварительная цензура для столичных изданий

9. Первые российские журналы в XVIII веке:

а) регулярно помещали рекламу

б) не содержали рекламу

в) помещали рекламу достаточно редко

10. На протяжении XVII-XVIII веков лидирующее положение в российской рекламе занимали а) устные и зрелищные жанры

б) письменные жанры

в) печатные жанры

11. Жанр киноплаката появился:

а) в XIIIв.

б) в первой половине XIXв.

в) в начале XXв.

12. Перечислите новации в российской газетной рекламе пореформенного периода (60-80гг. XIXвв.)

А) появление бесплатных листков объявлений

Б) появлений брачных объявлений в прессе

В) появление жанра некролога на рекламной полосе

13. Патентная служба в России была учреждена в:

а) 1823г.

б) 1896г.

в) 1883г.

14. В результате присоединения к Парижской конвенции об охране промышленной собственности в России законодательно товарные знаки были выделены из общего понятия клейм.

А) в конце XIX века

Б) в начале XVIII века

В) в середине XX века

15. Плакаты Добровольческой армии в годы Гражданской войны изготавливали:

А) Освободительно-агитационный отдел («Осваг»)

Б) Издательство «Искусство»

В) Совинформбюро

16. Декретом 1917г. была:

- а) введена монополия государства на частные объявления
- б) отменена монополия государства на частные объявления

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

- а) формирование начальной стадии конкуренции между частными рекламными агентствами;
- б) развитие книгоношества как идеологической массовой работы;
- в) появление телевизионной рекламы

18. Создание Всесоюзного комитета по радиовещанию относится к

- а) 30-м гг. XXв.
- б) 50-м гг. XXв.
- в) 80-м гг. XXв.

19. Первые советские ролики на телевидении появились в:

- а) 60-х гг. XXв.
- б) 70-х гг. XXв.
- в) 80-х гг. XXв.

20. Подготовку рекламных фильмов в 60-70-е гг. XXв. осуществляли

- А) рекламные отделы при министерствах
- Б) частные рекламные агентства
- В) студии Госкино СССР

21. Рынок рекламы и начальная стадия конкуренции между частными рекламными агентствами стали формироваться:

- А) с 1989г.
- Б) с 1953г.
- В) с 1921г.

22. Термин «паблик рилейшнз» впервые употребил:

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

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

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

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

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

25. 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».

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень примеров оценочных средств.

Вопросы:

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 XIXв.
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 XIXв.
3. Газетная реклама в России во второй половине XIX – начале XX века. Журнальная реклама.
4. Эволюция лубочного творчества в XIX – начале XXв. 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 (1917-1920гг.)
11. Реклама в условиях НЭПа (1921-1929гг.)

12. Рекламный процесс во время Великой Отечественной войны и в первые послевоенные годы (1941-1953гг.)
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 – 1984гг.
16. Тенденции развития рекламы в годы перестройки
17. Советская пропаганда

Примеры заданий:

Задание 1: Подготовить реферат по следующим предлагаемым темам:

Темы рефератов

1. Жюль Шере – «отец современного плаката»
2. Мастера французского плаката: творчество Анри де Тулуз-Лотрека
3. Мастера французского плаката: творчество Теофиля Стейнлена
4. Мастера французского плаката: творчество Альфонса Мухи
5. Тенденции развития газетной и журнальной американской рекламы в XIX веке
6. Появление первых американских рекламных агентств.
7. «Дутая» и патентованная реклама. Развитие товарных знаков в Америке XIX века. Способы регулирования американской рекламы конца XIX –начала XX века.
8. Упаковка в американской рекламе XIX века
9. Слоганы и джинглы в американской рекламе
10. Тенденции использования изображений в американской рекламе конца XIX века.
11. Популярные торговые марки в Америке конца XIX века
12. Особенности продвижения кардинально новых товаров в Америке (велосипеды, фотоаппараты)
13. Финеас Тейлор Барнум - первый шоумен и «отец рекламных кампаний» в США.
14. Политические PR-технологии в Гражданской войне между Севером и Югом (1861-1865 гг.)

Задание 2

Студентам предлагается посмотреть документальный фильм А.Денисова «Кукрыниксы против Геббельса», посвященный пропаганде в годы Великой Отечественной войны и ответить на следующие вопросы:

Вопросы к фильму

1. Какие формы пропаганды использовали СССР и Германия в годы Великой Отечественной войны?
2. Какие способы доставки агитационной продукции в стан врага использовали противоборствующие стороны в военное время?
3. Как менялась советская пропаганда во время Великой Отечественной войны? Какие новые образы и темы оказались наиболее эффективными для советской пропаганды?
4. Как менялась немецкая пропаганда в годы войны?

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 № 7 от «15» марта 2022 г.

зав. кафедры

_____  _____

В.Ю. Рабинович

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