

<p>Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор Дата подписания: 06.07.2025 15:46:57 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f316cb77a486b9a8788b8722333</p>	 <p>МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)</p>	<p>Рабочая программа дисциплины "История рекламы и связей с общественностью" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайна коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»</p>	<p>стр. 1</p>
---	---	--	---------------

Рабочая программа дисциплины (модуля)*

История рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2025-2026

***Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Челябинск 2025 г.

Рабочая программа дисциплины (модуля)*
История рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)
Присваиваемая квалификация (степень)
Бакалавр

Форма обучения

очная

Челябинск 2025 г.

***Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Год(ы) набора 2025-2026

Проректор по учебной работе

утверждено 24.02.25

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 10.02.2025

Председатель Ученого совета
факультета журналистики

согласовано

Б. Н. Киршин

Заседанием кафедры теории медиа

Протокол заседания № 7 от 06.02.2025

Заведующий кафедрой

согласовано

Е.Ю. Панова

Автор (составитель)

П.И. Гостева

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 247-1



Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
 - 6.1. Перечень видов оценочных средств
 - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
 - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
 - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - 7.1. Рекомендуемая литература
 - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
 - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является формирование у студентов представлений о процессе зарождения и развития рекламы и связей с общественностью; современном состоянии рекламы и PR, модели их функционирования, с прослеживанием основных тенденций в современности.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

УК-1.1. Выполняет поиск информации, определяет критерии системного анализа поставленных задач

УК-1.2. Использует критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

ОПК-3.1. Демонстрирует

кругозор в сфере отечественного

и мирового культурного

процесса

ОПК-3.2. Применяет средства

художественной

выразительности в создаваемых

журналистских текстах и (или)

продуктах

ПК-1.1 Создает тексты рекламы и

связей с общественностью с

учетом специфики каналов

коммуникации и имеющегося

мирового и отечественного

опыта

ПК-1.2. Создает информационные

поводы для кампаний и проектов

в сфере рекламы и связей с

общественностью, применяет

творческие решения с учетом

мирового и отечественного опыта

ПК-1.3. Создает основы

сценариев специальных событий

и мероприятий для рекламной

или PR-кампании

ПК-1.4. Применяет инструменты

трансляции миссии и философии

организации целевым группам

общественности в офлайн и

онлайн среде



2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.О.01.06

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

В методическом плане дисциплина опирается на знания, полученные при изучении вводных курсов

Введение в коммуникационные специальности

2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Сформированные в процессе обучения компетенции необходимы для освоения таких дисциплин как «Актуальные культурные практики в массовой коммуникации», «Социология рекламы и связей с общественностью».

Актуальные культурные практики в массовой коммуникации

Социология рекламы и связей с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Знать:

Для достижения УК-1.1.:

Знать основы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач.

Для достижения УК-1.2.:

Знать основы использования критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач

Уметь:

Для достижения УК-1.1.:

Уметь выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач

Для достижения УК-1.2.:

Уметь использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач

Владеть:

Для достижения УК-1.1.:

Владеть навыками поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач.

Для достижения УК-1.2.:

Владеть навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Знать:

Для достижения ОПК-2.1.:

Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Для достижения ОПК-2.2.:

Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при их освещении

Уметь:

Для достижения ОПК-2.1.:

Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Для достижения ОПК-2.2.:

Уметь применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при их освещении



Владеть:

Для достижения ОПК-2.1.:

Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Для достижения ОПК-2.2.:

Владеть навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов

ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

Знать:

Для достижения ОПК-3.1.:

Знать основные этапы отечественного и мирового культурного процесса

Для достижения ОПК-3.2.:

Знать средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

Уметь:

Для достижения ОПК-3.1.:

Уметь выявлять этапы отечественного и мирового культурного процесса

Для достижения ОПК-3.2.:

Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

Владеть:

Для достижения ОПК-3.1.:

Владеть кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса

Для достижения ОПК-3.2.:

Владеть навыками создания выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах

ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знать:

Для достижения ПК-1.1.:

Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Знать основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Знать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности

Уметь:

Для достижения ПК-1.1.:

Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Уметь применять творческие решения с



учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Уметь отбирать материал для сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Уметь подбирать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

Владеть:

Для достижения ПК-1.1.:

Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Владеть навыками проведения специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Владеть навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	Знать основы поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач.
3.1.2	Знать основы использования критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач
3.1.3	Знать систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
3.1.4	Знать принципы объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при их освещении
3.1.5	Знать основные этапы отечественного и мирового культурного процесса
3.1.6	Знать средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
3.1.7	
3.1.8	
3.1.9	Знать специфику каналов коммуникации и
3.1.10	имеющегося мирового и отечественного
3.1.11	опыта при создании текстов рекламы и
3.1.12	связей с общественностью
3.1.13	Знать специфику информационных



3.1.14	поводов для кампаний и проектов в сфере
3.1.15	рекламы и связей с общественностью
3.1.16	Знать основы создания сценариев
3.1.17	специальных событий и мероприятий для
3.1.18	рекламной или PR-кампании
3.1.19	Знать инструменты трансляции миссии и
3.1.20	философии организации целевым группам
3.1.21	общественности
3.2	Уметь:
3.2.1	Уметь выполнять поиск информации, определять критерии системного анализа поставленных задач
3.2.2	Уметь использовать критический анализ, систематизацию и обобщение информации для решения поставленных задач
3.2.3	Уметь устанавливать отношения между компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
3.2.4	Уметь применять принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при их освещении
3.2.5	Уметь выявлять этапы отечественного и мирового культурного процесса
3.2.6	Уметь применять средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
3.2.7	Уметь создавать тексты рекламы и связей
3.2.8	с общественностью
3.2.9	Уметь применять творческие решения с
3.2.10	учетом мирового и отечественного опыта
3.2.11	Уметь отбирать материал для сценариев
3.2.12	специальных событий и мероприятий для
3.2.13	рекламной или PR-кампании
3.2.14	Уметь подбирать инструменты
3.2.15	трансляции миссии и философии
3.2.16	организации целевым группам
3.2.17	общественности в офлайн- и онлайн-
3.2.18	среде при создании информационных поводов
3.2.19	для кампаний и проектов в сфере рекламы
3.2.20	и связей с общественностью
3.3	Владеть:
3.3.1	Владеть навыками поиска информации, определения критериев системного анализа поставленных задач.
3.3.2	Владеть навыками критического анализа, систематизации и обобщения информации для решения поставленных задач
3.3.3	Владеть навыками работы с компонентами общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
3.3.4	Владеть навыками сохранения принципа объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
3.3.5	Владеть кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса
3.3.6	Владеть навыками создания выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах
3.3.7	Владеть навыками определения
3.3.8	специфики каналов коммуникации и
3.3.9	имеющегося мирового и отечественного
3.3.10	опыта при создании текстов рекламы и



Рабочая программа дисциплины "История рекламы и связей с общественностью" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 8

3.3.11	связей с общественность
3.3.12	Владеть навыками создания
3.3.13	информационных поводы для кампаний и
3.3.14	проектов в сфере рекламы и связей с
3.3.15	общественностью
3.3.16	Владеть навыками проведения
3.3.17	специальных событий и мероприятий для
3.3.18	рекламной или PR-кампании
3.3.19	Владеть навыками трансляции миссии и
3.3.20	философии организации целевым группам
3.3.21	общественности в офлайн- и онлайн-
3.3.22	среде

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость	4 ЗЕТ
Часов по учебному плану : 144	Виды контроля в семестрах: экзамены 2
в том числе :	
аудиторные занятия : 50	
самостоятельная работа : 75,8	
часов на контроль : 9	
контактная работа: 59,2	
ИКР: 9,2	

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	Раздел 1. Лекции			
1.1	Становление и развитие проторекламы /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Зарождение рекламы в античности. Протоформы связей с общественностью в Древнем мире /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.3	Реклама и связи с общественностью в западноевропейской средневековой культуре. Религиозная реклама /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.4	Реклама в позднем средневековье. Связи с общественностью в Средневековье: донаторство, меценатство и др. /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.5	Ранняя европейская печатная реклама. Рекламная функция типографских эмблем и экслибрисов. Информационные бюро Европы 17 в. как прообраз комплексного (рекламы и СО) агентства /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.6	Развитие связей с общественностью в Западной Европе в XIX в. Североамериканская реклама и СО в XIX - начале XX века. Основные этапы развития рекламы в США в XVIII-XIX вв. Реклама в США после Гражданской войны. Истоки и практика социальной рекламы в США /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.7	Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке. Особенности развития рекламного дела в Англии. Иллюстрации в английской газетной рекламе. /Лек/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.8	Реклама во Франции в XIX веке. Французский рекламный плакат. Развитие рекламы в Германии в XIX веке. Западноевропейские рекламные вывески /Лек/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5



1.9	Реклама и СО в России в XIX - начале XX вв. Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX вв. Фабричные марки и тоговые знаки в России в XIX - начале XX века. /Лек/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.10	Рекламные жанры, афиши, плакаты и вывески. Плакатное творчество рубежа XIX - XX веков. Фотореклама в России в начале XX века. /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.11	Реклама и связи с общественностью в советское время. Плакатная реклама во времена НЭПа. Социальная и государственная реклама и пропаганда в Великую Отечественную войну. /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.12	Послевоенная реклама СССР. Реклама в России в период перестройки. Политическая и социальная реклама 90-х гг. Зарубежная реклама и СО во второй половине XX века. Расцвет рекламных агентств в США во второй половине XX в. /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.13	Современная российская и зарубежная реклама и СО в эпоху цифровых медиа и Интернета. Реклама и СО в эпоху интегрированных медиа. /Лек/	2	1	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 2. Практические занятия				
2.1	Зарождение рекламы: протоклама. Реклама в античном обществе. /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	Реклама и СО в западноевропейской средневековой культуре /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	Развитие рекламы и СО в XIX веке в европейских странах /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Этапы становления и развития связей с общественностью в Америке XIX - начале XX века: «эра манипулирования» и «эра инфомирования» /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.5	Российская изобразительная реклама в XIX - начале XX века. Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века. Протоформы СО с российской прессе в XIX - начале XX века /Пр/	2	4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Связи с общественностью в России в XIX - начале XX века. Журналистика и СО: формы взаимодействия /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.7	Занятие-дискуссия на тему «Существовала ли советская реклама» /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.8	Развитие печатной, радио-рекламы в XX - начале XXI века. Возникновение и развитие ТВ-рекламы /Пр/	2	4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.9	Реклама конца XX - начала XXI века за рубежом /Пр/	2	2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.10	История возникновения и развития известных зарубежных и российских брендов /Пр/	2	4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.11	Связи с общественностью в России и за рубежом конца XX - начала XXI века /Пр/	2	4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.12	Современный этап эволюции рекламы и связей с общественностью в эпоху интегрированных медиа /Пр/	2	4	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
Раздел 3. Самостоятельная работа				
3.1	Формы протокрекламы и СО. Реклама в эпоху античности /Ср/	2	12	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.2	Реклама и СО в западноевропейской и средневековой культуре /Ср/	2	12	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.3	История и развитие рекламы и связей с общественностью в эпоху развития печати: отечественный и зарубежный опыт /Ср/	2	28	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.4	История и развитие реклам и связей с общественностью в эпоху информационной революции в России и за рубежом /Ср/	2	18	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
3.5	Подготовка проектных работ по отечественной и зарубежной рекламе и СО XX-XXI века /Ср/	2	5,8	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5



3.6 Иная контактная работа /ИКР/

2

9,2

Л1.1Л2.1
Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Перечень видов оценочных средств

Творческие задания
Вопросы к экзамену

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Творческие задания

1. Контрольные задания творческого типа

- Изобразить рекламу периода палеолита или средневекового общества.
- Составить таймлайн «Реклама и связи с общественностью в западноевропейской культуре и средневековья».
- Создать рекламное сообщение, ориентированное на зарубежное общество XIX - начала XX века.
- Разработать рекламный плакат для российского общества XIX - начала XX века.
- Прописать сценарий политической PR-кампании в XX в.
- Разработать концепцию рекламной кампании в эпоху цифровых медиа.

2. Контрольные задание практикоориентированного характера.

- Подготовить выступление с презентацией на тему «Реклама и СО в эпоху средневековья».
- Подготовить выступление с презентацией на тему «"Патентная лихорадка" в США».
- Составить модель жанров публицистики и PR-жанров на основе газеты «Северная пчела»
- Подготовиться к дискуссии на тему «Существовала ли советская реклама».
- Подготовить выступление с презентацией на тему «Отечественная и зарубежная реклама и СО XX-XXI вв.».

6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Примерные вопросы к экзамену:

1. Социальные и технологические предпосылки человеческой коммуникации
2. Символическое производство и «монополии знания»
3. Риторика и становление публичной сферы
4. Тамга, клеймо, бренд
5. Прото - формы массовой коммуникации в античных городах
6. Корпорация: понятие права и практики общения
7. Историческая эволюция носителей рукописного текста (скрипты и кодексы)
8. Технологические предпосылки печатного дела
9. Бренды книгоиздателей и первые рекламные обращения
10. Развитие техники пропаганды в эпоху Реформации
11. Новостное агентство Фугтеров
12. Становление печатной прессы
13. «Адресное бюро» и издательские проекты Т. Ренодо
14. Первые рекламные кампании в Европе
15. Особенности развития общественных коммуникаций в России (XVI – XVIII в.в.)
16. Первые торговые марки в Европе
17. Коммуникации эпохи промышленной революции
18. Новые стратегии политической пропаганды в Северной Америке
19. Появление терминологии и практик «связей с общественностью» в США
20. История пресс-агентства (рекламный аспект)
21. Корпоративные бренды и становление бренд- менеджмента в США
22. Публичные трюки и нестандартные методы продвижения в XIX веке (Европа и США)
23. Вехи эволюции социальных коммуникаций в России XIX века
24. Отечественные торговые марки как рыночный и культурный феномен
25. Становление рекламного агентства полного цикла в США
26. Корпоративные войны и первые пиар-департаменты в США
27. Новая корпоративная политика социальной ответственности
28. Становление рекламных профессий и само-регуляция отрасли
29. Опыт первых кампаний интегрированных маркетинговых коммуникаций



30. Внедрение научных методов в маркетинг
31. Первая реклама в электронных медиа
32. Пропаганда и реклама в СССР первой половины XX века
33. Креативная революция 50-60 годов в западной рекламе
34. Сетевая экспансия и образование коммуникационных холдингов
35. Новая роль рекламной коммуникации в системе плановой экономики СССР
36. Фрагментация потребителей и новое разделение рекламных функций в 80-90 годы
37. Последствия внедрения цифровых технологий в комплекс маркетинговых коммуникаций
38. Возрождение российской коммерческой рекламы на рубеже 80-90 годов
39. Особенности развития связей с общественностью в России 90-х годов
40. Тенденции глобализации коммуникационных технологий в XXI веке

6.4. Критерии оценивания

Экзамен проводится в два этапа. На первом этапе студент письменно отвечает на теоретические вопросы посредством прохождения тестирования. Продолжительность – 40 минут. На втором этапе студент выполняет практическое задание. Продолжительность – 40 минут.

Во время текущей аттестации студент может получить до 60 баллов (посещение занятий, активность во время практических/лабораторных занятий, выполнение заданий). Если студент не набрал 30 баллов за время семестра, то ему предоставляется возможность перед экзаменом предоставить выполненные работы и ответить на вопросы пропущенных занятий.

На экзамене студент может получить до 20 баллов за каждый этап экзамена (всего максимально 40 баллов).

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

- 0-49 баллов – «неудовлетворительно» (2): низкий уровень сформированности компетенций;
- 50-69 баллов – «удовлетворительно» (3): базовый уровень сформированности компетенций;
- 70-90 баллов – «хорошо» (4): средний уровень сформированности компетенций;
- 91-100 баллов – «отлично» (5) : высокий уровень сформированности компетенций.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

Итоговый экзамен (промежуточная аттестация) проводится в присутствии преподавателя и предполагает развернутый, полный ответ на теоретический вопрос, а затем работу за персональным компьютером. Вопросы составляются с учётом материала, пройденного как на лекционных занятиях, так и на практических занятиях. Время, отводимое на выполнение итоговой работы, 90 минут.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.



Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);
 - б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);
 - в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно; используется голосовой мессенджер для записи ответа студента).
- При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.
Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично»:
 - предполагает готовность применять полученные знания в ситуациях, связанных с содержанием дисциплины;
 - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
 - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, опираясь на самостоятельно проведенный поиск информации.
2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо»:
 - обучающийся освоил знания, связанные с содержанием дисциплины;
 - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;
 - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, хотя и может затрудняться в самостоятельном поиске информации.
3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно»:
 - обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач, но такая аргументация отличается] неполнотой и может быть затруднена;
 - обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, но не может дать развернутое обоснование этого компонента; поиск информации проводит поверхностно.
4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно»; компетенции не сформированы и не проявлены.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Кузнецов И. В.	История отечественной журналистики (1917-2000): учебное пособие (https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364244)	Москва : ФЛИНТА, 2018	ЭБС

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л2.1	Чумиков А. Н.	Медиарилейшнз: учебное пособие для вузов	Москва: Аспект Пресс, 2014	

7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: http://biblioclub.ru/ .			
Э2	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – URL: http://elibrary.ru/defaultx.asp .			



Э3	Библиографические базы данных ИНИОН РАН [Электронный ресурс] : сайт. – URL: http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/
Э4	Единое окно доступа к информационным ресурсам [Электронный ресурс] : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, 2005 – . – URL: http://window.edu.ru/ .
Э5	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL: https://minobrnauki.gov.ru/ .

7.3 Перечень информационных технологий

7.3.1 Программное обеспечение

Adobe Reader

Adobe Connect Acrobat

LMS Moodle

7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. APS JOURNALS. Physical Review Letters, Physical Review X, Physical Review, and Reviews of Modern Physics : журналы American Physical Society : сайт. – URL: <http://journals.aps.org/about>. – Яз. англ. – Режим доступа: только из сети университета. – Текст : электронный.
3. BOOK.ru : электронно-библиотечная система / издательство КноРус. – URL: <http://www.book.ru/extsearch?Name>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
4. Mathematical Reviews (MR) : реферативная база данных / American Mathematical Society. – URL: <http://www.ams.org/mathscinet/>. – Яз. рус., англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
5. Moodle : система управления обучением : [база данных] / Челябинский государственный университет. – Челябинск, [б. г.]. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
6. Polpred.com : сайт. – Москва, 1997 – . – URL: <http://polpred.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
7. Scopus : реферативная база данных / Elsevier BV. – URL: <http://www.scopus.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
8. Springer Link : [сайт]. – URL: <http://link.springer.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
9. Web of Science : мультидисциплинарная реферативная база данных / компания Thomson Reuters. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
10. Znanium.com : электронно-библиотечная система / Научно- издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2011 – . – URL: <http://znanium.com/>). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
11. Архив научных журналов : [сайт] / Национальный электронно- информационный консорциум (НП НЭИКОН). – URL: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Режим доступа: доступ только из сети университета. – Текст : электронный.
12. Библиографические базы данных ИНИОН РАН. – Текст : электронный // Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН : сайт. – URL: <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>.
13. Единое окно доступа к информационным ресурсам : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". – Москва, 2005 – . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
14. ИНФОРМИО : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно- практическими материалами]. – URL: <http://www.informio.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
15. Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональный центр правовой информации Информправо. – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки. – Текст : электронный.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "История рекламы и связей с общественностью" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 14

16. Лань : электронно-библиотечная система / издательство Лань. – Санкт- Петербург, 2011 – . – URL: <http://e.lanbook.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
17. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : официальный сайт. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/>. – Текст : электронный.
18. Министерство просвещения Российской Федерации (Минпросвещения России) // Правительство Российской Федерации : сайт. – URL: <http://government.ru/departament/390/events/>. – Текст : электронный.
19. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.
20. Президентская библиотека : электронная национальная библиотека : сайт / ФГБУ Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. – Санкт- Петербург, 2009 – . – URL: <https://www.prlib.ru/>. – Текст : электронный.
21. Российское образование : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ Информика. – Москва, 2002 – . – URL: <http://www.edu.ru/>. – Текст : электронный.
22. Статистические издания России и стран СНГ. – Текст : электронный // EastView : база данных. – URL: <http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus>. – Режим доступа: из сети университета.
23. Университетская библиотека ONLAIN : электронно-библиотечная система / ООО Директмедиа Паблишинг. – Москва, 2010 – . – URL: <http://biblioclub.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
24. Электронный архив журнала «Знак: Проблемное поле медиаобразования». – Челябинск, 2007 – . URL: <http://journals.csu.ru/index.php/znak/index>. – Текст : электронный.
25. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) : официальный сайт. – Москва, 2004 – . – URL: <http://obrnadzor.gov.ru/ru/>. – Текст : электронный.
26. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов // Российское образование : федеральный портал. – URL: <http://fcior.edu.ru/>. – Текст : электронный.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется в 3 корпусе ЧелГУ, расположенном по адресу пр. Победы 162 В, в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитории 401, 405, 406). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина ведется в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитории 402, 403).

В целях успешного освоения дисциплины изучения курса осуществляется в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитория 401 или 405). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина преподается в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитория 402).

Для успешного освоения дисциплины аудитория должна быть оборудована мультимедийным комплексом с возможностью выхода в сеть Интернет и локальную сеть университета (в аудиториях 401 и 402 – через проводное оптоволоконное соединение, в аудитории 405 – через беспроводное соединение посредством Wi-Fi-роутера).

Мультимедийные комплексы включают следующее оборудование:

– аудитория 401: экран для мультимедиа Projecta 200x200, портативный мультимедийный проектор BenQ MP624 (устанавливается по заявке преподавателя), ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk(устанавливается по заявке преподавателя), колонки портативные GeniusSPM-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

– аудитория 402: экран настенный с электроприводом ELPRO ElectrolStandart 200 2.0*2.0м., ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя), стационарный мультимедийный видеопроектор Panasonic PT-LB60NTE LCD,3200 ANSI лм XGA(1024x768), активная акустическая система 5.1 Sven HA-430T (5.1 60W+5x20W,remote control), петличная радиосистема UHF-диапазона 1/2U диверситивная(795.075 MHz) MIPRO MR-801A (устанавливается по заявке преподавателя);

– аудитория 405: ЖК-телевизор 19” Toshiba, ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя),колонки портативные Genius SP M-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

Для проведения компьютерного тестирования, вебинаров и интерактивных уроков несколько занятий организуются в стационарном(аудитория 401) или мобильном компьютерном классе (организуется в любой аудитории с возможностью беспроводного доступа к сети Интернет с использованием нетбуков). Стационарный компьютерный класс рассчитан на 15 рабочих мест.



Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

а) для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

Из числа специальных технических средств обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляемых Региональным учебно-научным центром инклюзивного образования ЧелГУ, можно отметить также:

– Тифлотехническая аудитория: тифлотехнические средства: брайлевский компьютер с дисплеем и принтером, тифлокомплекс «Читающая машина», телевизионное увеличивающее устройство, тифломагнитолы кассетные и цифровые диктофоны; специальное программное обеспечение: программа речевой навигации JAWS, речевые синтезаторы («говорящая мышь»), экранные лупы.

– Сурдотехническая аудитория: радиокласс «Сонет-Р», программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования с устройством задания режима работы на компьютере, интерактивная доска ActiveBoard с системой голосования, акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор, телевизор, видеомagneфон.

Для самостоятельной работы студентов предусмотрена аудитория, рассчитанная на 15 человек и оборудованная мультимедийным комплексом и выходом в интернет (401).

- помещения для самостоятельной работы с компьютерной техникой и с возможностью подключения в сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: аудитория 401, 406, 402.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении данной дисциплины используются лекционные, практические занятия и самостоятельная работа студента. На лекционных занятиях преподаватель излагает основное содержание тем программы. Проработку лекционного материала студенту желательно проводить как после каждого занятия, так и по завершению темы. Это позволит связать воедино полученные сведения и составить цельную картину.

На практических занятиях рассматриваются основные теоретические аспекты и практические методы риторического воздействия и создания речевого произведения. Рекомендуется перед каждым практическим занятием выполнить домашнее задание, что позволит лучше усвоить предыдущий материал, и изучить лекционный материал по предстоящей теме. Студенту желательно проявлять активное участие на практических и лекционных занятиях, задавать вопросы, поскольку умение обосновывать свою точку зрения, нахождение компромиссного решения в этически выдержанной дискуссии не только важно для лучшего усвоения материала, но и ценится в реальной жизни. Важным моментом при изучении любой дисциплины является организация самостоятельной работы. При освоении материала не следует стремиться к механическому запоминанию приведенных определений, формулировок и положений, если требования прямо не указывают на это. Вполне эффективной может оказаться попытка понять суть явления, выработать свое отношение к нему, опираясь на материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о таких требованиях, как «понимает» или «имеет представление». Напротив, если студент имеет дело с требованием к деятельности «должен уметь», то рекомендуется поупражняться в соответствующем виде деятельности. Все это имеет непосредственное отношение к подготовке к практическим занятиям.

В освоении дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени, например: онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др. или отложенного времени, например: система дистанционного обучения Moodle, форумы, электронная почта и др.

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "История рекламы и связей с общественностью" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 16

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.