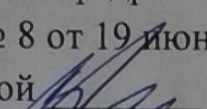
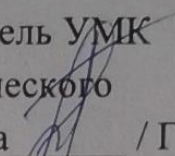


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 8 от 19 июня 2017 г.
Зав. кафедрой  / Пугачев В.В.

Согласовано
Председатель УМК
филологического
факультета  / Григорьева Т.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

История рекламы и PR-деятельности

Вариативная дисциплина

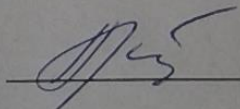
Программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)
45.03.01 – Филология

Направленность (профиль) подготовки
«Прикладная филология (русский, английский языки)»

Квалификация
Бакалавр

Разработчик (составитель)
доцент, канд. филол. наук

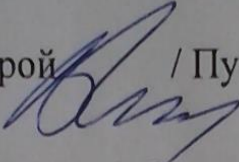
 / Полупанова А.В.

Дата приема: 2017

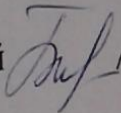
Уфа – 2017

Составитель / составители: доцент, канд. филол. наук Полупанова А.В.

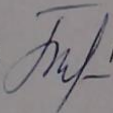
Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры русской литературы и издательского дела, протокол № 8 от 19 июня 2017 г.

Заведующий кафедрой  / Пугачев В.В. /

Дополнения и изменения (обновили программное обеспечение и базы данных), внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры русской, зарубежной литературы и издательского дела, протокол № 9 от 25 мая 2018 г.

Заведующий кафедрой  / Ишимбаева Г.Г. /

Дополнения и изменения (обновили программное обеспечение и базы данных), внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры русской, зарубежной литературы и издательского дела, протокол № 6 от 24 апреля 2019 г.

Заведующий кафедрой  / Ишимбаева Г.Г. /

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
 - 4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	<u>Знать</u> правила организации речи в соответствии с видом и ситуацией общения; средства создания речевой выразительности.	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)	
	<u>Знать</u> базовые (классические) филологические концепции, предлагаемые в их рамках методы работы с материалом разного типа	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)	
Умения	<u>Уметь</u> анализировать, классифицировать языковые факты с целью обеспечения различных видов речевой деятельности;	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)	
	<u>Уметь</u> осваивать путем изучения научной литературы методы работы с тем или иным материалом; выбирать необходимую методику работы с собственным материалом; применять ту или иную методику для работы с аналогичным, но самостоятельно собранным материалом; самостоятельно делать выводы на основе работы с собранным материалом, оценивать их адекватность по сравнению с уже проведенными исследованиями	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)	
Владения (навыки / опыт деятельности)	<u>Владеть</u> нормами литературного языка; создания текстов разных стилей речи	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на	

		данном языке (ОПК-5)	
	<u>Владеть</u> навыками анализа самостоятельно собранного материала по готовым схемам, основными методами научного исследования филологического материала разного типа	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.

Целью учебной дисциплины «История рекламы и PR-деятельности» является рассмотрение основных этапов развития рекламной деятельности человека в процессе социальной коммуникации; приобретение навыков анализа социальных явлений, рекламных коммуникаций и общественных связей в историческом контексте.

Дисциплина (модуль) «История рекламы и PR-деятельности» относится к вариативной части.

Дисциплина (модуль) изучается на 1 курсе во втором семестре дневной формы обучения.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Введение в языкознание», «Введение в литературоведение», «История журналистики», «Введение в специальность».

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы учащихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине.

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Код и формулировка компетенции: свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		не зачтено	зачтено
Первый этап (уровень)	<u>Знать</u> правила организации речи в соответствии с видом и ситуацией общения; средства создания речевой выразительности.	Не знает правила организации речи в соответствии с видом и ситуацией общения; средства создания речевой выразительности.	Демонстрирует в целом верное, с некоторым количеством неточностей и ошибок, знание правил организации речи в соответствии с видом и ситуацией общения; средств создания речевой выразительности.
Второй этап (уровень)	<u>Уметь:</u> анализировать, классифицировать языковые факты с целью обеспечения различных видов речевой деятельности	Не умеет анализировать, классифицировать языковые факты с целью обеспечения различных видов речевой деятельности	На удовлетворительном уровне умеет анализировать, классифицировать языковые факты с целью обеспечения различных видов речевой деятельности; допускает негрубые ошибки
Третий этап (уровень)	<u>Владеть</u> нормами литературного языка; создания текстов разных стилей речи	Не владеет нормами литературного языка; создания текстов разных стилей речи	На удовлетворительном уровне владеет нормами литературного языка; создания текстов разных стилей речи, допуская отдельные негрубые ошибки,

Код и формулировка компетенции: способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		не зачтено	зачтено
Первый этап	<u>Знать</u> базовые (классические)	Не знает базовые (классические)	Демонстрирует в целом верное, с некоторым

(уровень)	филологические концепции, предлагаемые в их рамках методы работы с материалом разного типа	филологические концепции, предлагаемые в их рамках методы работы с материалом разного типа	количеством неточностей и ошибок, знание базовых (классических) филологических концепций, предлагаемых в их рамках методов работы с материалом разного типа
Второй этап (уровень)	<u>Уметь</u> осваивать путем изучения научной литературы методы работы с тем или иным материалом; выбирать необходимую методику работы с собственным материалом; применять ту или иную методику для работы с аналогичным, но самостоятельно собранным материалом; самостоятельно делать выводы на основе работы с собранным материалом, оценивать их адекватность по сравнению с уже проведенными исследованиями	Не умеет осваивать путем изучения научной литературы методы работы с тем или иным материалом; выбирать необходимую методику работы с собственным материалом; применять ту или иную методику для работы с аналогичным, но самостоятельно собранным материалом; самостоятельно делать выводы на основе работы с собранным материалом, оценивать их адекватность по сравнению с уже проведенными исследованиями	На удовлетворительном уровне умеет осваивать путем изучения научной литературы методы работы с тем или иным материалом; выбирать необходимую методику работы с собственным материалом; применять ту или иную методику для работы с аналогичным, но самостоятельно собранным материалом; самостоятельно делать выводы на основе работы с собранным материалом, оценивать их адекватность по сравнению с уже проведенными исследованиями; допускает негрубые ошибки
Третий этап (уровень)	<u>Владеть</u> навыками анализа самостоятельно собранного материала по готовым схемам, основными методами научного исследования филологического материала разного типа	Не владеет навыками анализа самостоятельно собранного материала по готовым схемам, основными методами научного исследования филологического материала разного типа	На удовлетворительном уровне владеет навыками анализа самостоятельно собранного материала по готовым схемам, основными методами научного исследования филологического материала разного типа, допуская отдельные негрубые ошибки,

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане

дисциплины (текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

от 0 до 59 баллов – незачет;

от 60 до 110 баллов – зачет.

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
Знания	<u>Знать</u> правила организации речи в соответствии с видом и ситуацией общения; средства создания речевой выразительности.	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
	<u>Знать</u> базовые (классические) филологические концепции, предлагаемые в их рамках методы работы с материалом разного типа	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
Умения	<u>Уметь</u> анализировать, классифицировать языковые факты с целью обеспечения различных видов речевой	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного

	деятельности;	приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)	проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
	<u>Уметь</u> осваивать путем изучения научной литературы методы работы с тем или иным материалом; выбирать необходимую методику работы с собственным материалом; применять ту или иную методику для работы с аналогичным, но самостоятельно собранным материалом; самостоятельно делать выводы на основе работы с собранным материалом, оценивать их адекватность по сравнению с уже проведенными исследованиями	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-исследовательской деятельности (ПК-1)	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
Владения (навыки / опыт деятельности)	<u>Владеть</u> нормами литературного языка; создания текстов разных стилей речи	свободное владение основным изучаемым языком в его литературной форме, базовыми методами и приемами различных типов устной и письменной коммуникации на данном языке (ОПК-5)	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
	<u>Владеть</u> навыками анализа самостоятельно собранного материала по готовым схемам, основными методами научного исследования филологического материала разного типа	способность применять полученные знания в области теории и истории основного изучаемого языка (языков) и литературы (литератур), теории коммуникации, филологического анализа и интерпретации текста в собственной научно-	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет

		исследовательской деятельности (ПК-1)	
--	--	--	--

4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)

Рейтинг-план дисциплины представлен в Приложении 2

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

- 1) Возникновение рекламных коммуникаций и возрастание ее значимости для общества. Реклама как социальное явление.
- 2) Становление принципов рекламы и базовых рекламных технологий в античности.
- 3) Коммерция в средние века. Коммерческая коммуникация на пространстве средневековых городов.
- 4) Особенности рекламы Нового времени.
- 5) Рождение печатной рекламы. Тексты и визуальная печатная реклама.
- 6) История газеты как история рекламного канала.
- 7) Становление организаций, профессионально занимающихся рекламной деятельностью. Рекламный бизнес.
- 8) Зарубежный рекламный плакат: историческая ретроспектива.
- 9) Влияние технического прогресса на развитие рекламных технологий.
- 10) История крупных рекламных кампаний – XIX-XX века.
- 11) Зарождение технологий СО.
- 12) Брэндинг в исторической ретроспективе.
- 13) Превращение рекламы в социальный институт в XX веке: причины и следствия.
- 14) Становление рекламы как корпоративной сферы деятельности в XX веке. Становление рекламных агентств.
- 15) Технологии СО в XX в.
- 16) Лубочный стиль в рекламе: зарождение, системообразующие характеристики, причины популярности.
- 17) Стиль модерн в рекламе.
- 18) Традиционализм как стиль рекламы.
- 19) Русский авангард в рекламе – супрематизм и конструктивизм.
- 20) Российская реклама в период НЭПа.
- 21) Реклама в каноне социалистического реализма.
- 22) Причины и следствия оживления рекламного процесса в СССР в 60-е годы.
- 23) Социальная реклама в России: формы, методы, темы.
- 24) Роль рекламных технологий в продвижении идеологии в СССР.
- 25) Политическая реклама в СССР.
- 26) СО в современной России.

- 27) Значение в России устной рекламы. Характерные черты русского рекламного слова.
- 28) Рекламные кампании в России.
- 29) Организация рекламного дела в России: исторический аспект.
- 30) Современная российская реклама.
- 31) Ранние формы коммуникаций.
- 32) Краткий обзор раннего периода СО.
- 33) СО в Древнем Китае.
- 34) СО в Индии.
- 35) Древние ораторы и мыслители как "первые специалисты" по СО.
- 36) СО в Древней Руси.
- 37) СО в средние века.
- 38) СО в эпоху Ренессанса.
- 39) Современная история СО в США и Европе.
- 40) Развитие современных СО в России.

Вопросы для практических / семинарских занятий

Практическое занятие № 1. Зарождение рекламы и её предшественники. Особенности рекламы Нового времени

- 1) Протореклама Древнего мира.
- 2) Политическая реклама и пропаганда в античности.
- 3) Рекламная деятельность и пропаганда в Средневековье.
- 4) Реклама раннего Нового времени.

Практическое занятие № 2. Реклама индустриальной эпохи (XVIII-XX вв.)

- 1) Начало дифференциации рекламы.
- 2) Разнообразие видов рекламы в Европе и Северной Америке XVIII-XX вв.
- 3) Появление и развитие социальной рекламы.
- 4) Развитие иллюстрированной рекламы.

Практическое занятие № 3. Особенности русской дореволюционной рекламы. Реклама советского периода

- 1) Появление и развитие рекламы в России.
- 2) Расцвет русской рекламы – конец XIX – начало XX вв.
- 3) Советская реклама 1920 – 30-х гг.
- 4) Советская реклама послевоенного периода.

Практическое занятие № 4. Ранний период связей с общественностью. Первые "специалисты" по связям с общественностью. Связи с общественностью в средние века и в эпоху Возрождения

- 1) Ранние формы коммуникаций. Древние ораторы и мыслители

- 2) Связи с общественностью в средние века.
- 3) Связи с общественностью в эпоху Возрождения.

Практическое занятие № 5. Развитие связей с общественностью в США и Европе

- 1) Начало связей с общественностью как профессиональной деятельности.
- 2) Связи с общественностью в США XVIII-XIX вв.
- 3) Связи с общественностью в Европе.
- 4) Развитие связей с общественностью в послевоенные десятилетия.

Практическое занятие № 6. Развитие современных связей с общественностью в России

- 1) Перестройка PR в постсоветское десятилетие.
- 2) Формирование современной системы PR.
- 3) Российский PR в период "управляемой демократии".

Практическое занятие № 7. Защита презентационных проектов

Практическое занятие № 8. Защита презентационных проектов

Критерии оценки (в баллах) работы студента на практическом / семинарском занятии

За работу на каждом практическом занятии студент может заработать максимально 5 баллов (не считая защиты презентационного проекта).

5 баллов выставляется студенту, сформулировавшему полный и правильный ответ на вопросы семинара, логично структурировавшему и изложившему материал, подготовившему компьютерную презентацию. При этом студент должен показать знание специальной литературы. Для получения данной оценки необходимо продемонстрировать умение обозначить проблемные вопросы в соответствующей области, проанализировать их и предложить варианты решений, дать исчерпывающие ответы на уточняющие и дополнительные вопросы.

3-4 баллов выставляется студенту, который дал полный правильный ответ на вопросы семинара с соблюдением логики изложения материала, но допустил при ответе отдельные неточности, не имеющие принципиального характера. Данная оценка может выставляться студенту, недостаточно чётко и полно ответившему на уточняющие и дополнительные вопросы.

1-2 балла выставляется студенту, показавшему неполные знания, допустившему ошибки и неточности при ответе на вопросы семинара, продемонстрировавшему неумение логически выстроить материал ответа и сформулировать свою позицию по проблемным вопросам. При этом хотя бы по одному из заданий ошибки не должны иметь принципиального характера. Студент, ответ которого оценивается в 1-2 балла, должен опираться в своем ответе на учебную литературу.

0 баллов выставляется студенту, если он не дал ответа по вопросам семинара; дал неверные, содержащие фактические ошибки ответы на все вопросы; не смог ответить на дополнительные и уточняющие вопросы. Данная оценка выставляется студенту, отказавшемуся отвечать на вопросы семинара.

Темы презентационных проектов

- 1) Лубочный стиль в рекламе в контексте массовой культуры.
- 2) Реклама в стиле модерн: от середины XIX века к середине XX.
- 3) Сто лет рекламы напитка «Кока – кола».
- 4) Рекламные кампании, изменившие мир.
- 5) Арт-деко – звездный стиль в рекламе.
- 6) Мифологема свободы в рекламе сигарет «Malboro».
- 7) «Красотки» в рекламе (стиль пин-ап и женские образы в американской рекламе в 30-е и 40-е годы).
- 8) Художники рекламы XIX века.
- 9) «Мыльные оперы» - история и современность.
- 10) А. Муха и А. Тулуз-Лотрек: общее и особенное в творчестве.
- 11) Зачарованный мир О. Бердсли.
- 12) Стиль, стилизация, стилизаторство: примеры из истории рекламы.
- 13) Поп-арт, оп-арт и т.д. Реклама и популярные художественные стили середины XX века.
- 14) Неорусский стиль в рекламе: традиционализм или модерн?
- 15) Творцы рекламы XX века: сопоставительный анализ концепций рекламирования.
- 16) «Крики улиц». Русская устная реклама.
- 17) Бесстилевая коммерческая реклама в России: проблемы эстетики.
- 18) Советская реклама реализма и начало новой эстетики.
- 19) Образы рекламы и историческая память.
- 20) Рекламный гламур: современный стиль или повторение пройденного?
- 21) Реклам-конструктор «Маяковский-Родченко».
- 22) «Выгодно мне - выгодно государству» - специфика мотивации в советской рекламе.
- 23) Рекламный плакат советского авангарда: почему он так популярен сегодня.
- 24) Социальный дискурс советской рекламы.
- 25) Зачем и как: история всемирных выставок.
- 26) От Макарьевской ярмарки к ВДНХ: особое значение выставочного дела в России.
- 27) «Реклама идей» в СССР (рекламные технологии в пропаганде).
- 28) Реклама в СССР: реклама или пропаганда?
- 29) «Русские мотивы» в рекламе – причины популярности в конце XIX века.

- 30) Женщина в дореволюционной и советской рекламе.
- 31) Мужчина в дореволюционной и советской рекламе.
- 32) Дети в дореволюционной и советской рекламе.
- 33) Смирновская водка и шустовский коньяк: сопоставление рекламы и приемов маркетинга.
- 34) Реклама на спичечных этикетках в 50-60-е годы в СССР.
- 35) Пространство рекламы как родина поп-арта.
- 36) Реклама кондитерских фабрик в дореволюционный и послереволюционный период в России.
- 37) Прото-PR древних времен.
- 38) PR Нового Завета.
- 39) Жизнь Мухаммеда и связи с общественностью.
- 40) Сказание о Гильгамеше - древнейший литературный памятник связей с общественностью.
- 41) Поэзия Вергилия как инструмент СО в "руках" правителя Августа.
- 42) Acta diurna Гая Юлия Цезаря - первый опыт использования инструмента "журналистика" в СО.
- 43) Первые профессионалы древнерусского PR - Нестор.
- 44) Носители и жанры: PR раньше СМИ (летописи, публицистика и риторика, былины, жития).
- 45) PR в мире: исторический очерк.
- 46) СО от эпохи Ренессанса к Галантному веку.
- 47) Связи с общественностью "японского экономического чуда".
- 48) PR в современной России: хронология развития, статистика, тенденции.

Критерии оценки (в баллах) по защите проекта

Максимально за защиту проекта студент может заработать 10 баллов.

- 1) Определение цели и задач проекта, соответствие заявленной теме, цели и задачам проекта – 1 балл.
- 2) Новизна работы – 1 балл.
- 3) Теоретическая и/или практическая ценность – 1 балл.
- 4) Структурированность и логичность, которая обеспечивает понимание и доступность содержания – 1 балл.
- 5) Выводы работы соответствуют поставленным целям – 1 балл.
- 6) Наличие исследовательского аспекта в работе – 1 балл.
- 7) Оформление текстовой части проекта и оформление рисунков, графиков, таблиц, приложений – 1 балл.
- 8) Наличие источников, оформленных в соответствии с требованиями ГОСТа – 1 балл.
- 9) Грамотность речи, научность речи, владение специальной терминологией по теме работы в выступлении – 1 балл.
- 10) Ответы на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки в (баллах) за выполнение письменной работы

Образец задания для письменной работы:

Вариант 1.

1) Становление принципов рекламы и базовых рекламных технологий в античности.

2) Лубочный стиль в рекламе: зарождение, системообразующие характеристики, причины популярности.

Вариант 2.

1) Особенности рекламы Нового времени.

2) Стиль модерн в рекламе.

Максимально за выполнение письменной работы студент может получить 10 баллов.

9-10 баллов – вопрос раскрыт полностью и без ошибок, работа написана правильным литературным языком без фактических и иных ошибок в юридической терминологии, умело использованы ссылки на источники права;

7-8 баллов – вопрос раскрыт более чем наполовину, но без ошибок; имеются незначительные и/или единичные ошибки; использованы ссылки менее чем на половину рекомендованных по данному вопросу источников права;

6 баллов – вопрос раскрыт более чем наполовину; допущены 1–2 фактические ошибки;

5 баллов – вопрос раскрыт частично; работа написана небрежно, неаккуратно, использованы необщепринятые сокращения, затрудняющие ее прочтение;

3-4 балла – допущено 3–4 фактические ошибки;

1-2 балла – обнаруживается общее представление о сущности вопроса;

0 баллов – задание не выполнено (ответ отсутствует, или вопрос не раскрыт, или подменен другим вопросом).

Критерии оценки конспектирования научной литературы

1) Витале Дж. Гипнотическая реклама. – М.: Эксмо, 2008.

2) Медынский В. негодяи и гении PR. От Рюрика до Ивана Грозного. – СПб.: Питер, 2008.

3) Музыкант В. Л. Реклама в действии: история, аудитория, приемы: учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2007. — 240 с.

4) Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурина В.Г. Рекламная деятельность: учебник. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2001.

5) Симонова О.Е. История рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. Е. Симонова, М. Г. Бреслер, Л. Р. Петрова; БашГУ. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен

через Электронную библиотеку БашГУ. —
URL:<https://elib.bashedu.ru/dl/read/SimonovaBreslerIstoriyaReklamy.pdf>

б) Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Л. Е. Трушина. — Москва: Дашков и К°, 2016. — 246 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360>

Максимально за конспектирование научной литературы студент может заработать 30 баллов; всего – 6 конспектов, по 5 баллов за каждый конспект.

Написание конспекта первоисточника (статьи, монографии, учебника, книги и пр.) - представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте должны быть отражены основные принципиальные положения источника, то новое, что внес его автор, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы. Следует обратить внимание на специфику авторского подхода и понятия, используемые автором, сформулировать основную проблему и главные идеи работы.

Ценность конспекта значительно повышается, если студент излагает мысли своими словами, в лаконичной форме.

Конспект должен начинаться с указания реквизитов источника (фамилии автора, полного наименования работы, места и года издания).

Особо значимые места, примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамку, пометками на полях, чтобы акцентировать на них внимание и прочнее запомнить.

Работа выполняется письменно. Озвучиванию подлежат главные положения и выводы работы в виде краткого устного сообщения (3-4 мин) в рамках теоретических и практических занятий. Контроль проводится и в виде проверки конспектов преподавателем.

Критерии оценки:

- содержательность конспекта, соответствие плану;
- отражение основных положений, результатов работы автора, выводов;
- ясность, лаконичность изложения мыслей студента;
- наличие схем, графическое выделение особо значимой информации;
- соответствие оформления требованиям;
- грамотность изложения;
- конспект сдан в срок.

5 баллов ставится, если текст работы логически выстроен и точно изложен, ясен весь ход рассуждения. Имеются ответы на все поставленные вопросы, и они изложены научным языком, с применением терминологии, принятой в изучаемой дисциплине. Ответ на каждый вопрос заканчивается выводом, сокращения слов в тексте отсутствуют.

4-3 балла ставится, если тема раскрыта, но допущены несущественные ошибки.

1-2 балла – если тема описана не полностью, собственная точка зрения на изучаемую проблему не достаточно аргументирована. Студент не всегда полно и обстоятельно отвечает на вопросы по изучаемой проблеме. Не представлены необходимые таблицы и схемы.

При невыполнении конспекта студент получает **0 баллов**.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1) Учёнова, В.В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=1152>

б) дополнительная литература:

1) Музыкант В. Л. Реклама в действии: история, аудитория, приемы: учеб. пособие. — М.: Эксмо, 2007. — 240 с.

2) Симонова О.Е. История рекламы [Электронный ресурс]: учеб. пособие / О. Е. Симонова, М. Г. Бреслер, Л. Р. Петрова; БашГУ. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2013. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. — URL: <https://elib.bashedu.ru/dl/read/SimonovaBreslerIstoriyaReklamy.pdf>

3) Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Л. Е. Трушина. — Москва: Дашков и К°, 2016. — 246 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online". — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453360>

5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Информационно-образовательный портал: <http://proznanie.ru/>

3. Мир энциклопедий: <http://www.encyclopedia.ru/>

10. Портал социально-гуманитарное образование: <http://www.humanities.edu.ru>

11. Российская ассоциация электронных библиотек: <http://www.aselibrary.ru/>

12. Российская государственная библиотека: <http://rsl.ru/>

13. Российский образовательный портал: www.edu.ru
 17. Сайт «Мир энциклопедий» : <http://www.encyclopedia.ru>
 19. Сайт Министерства образования и науки РФ: <http://mon.gov.ru/>
 22. Сайт федерального портала «Российское образование»:
<http://www.edu.ru/>
 23. Словари и энциклопедии: <http://www.academic.ru>
 24. Учебно-методический портал: <http://www.uchmet.ru/library/rules/>
 25. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
 МОН РФ: <http://fcior.edu.ru/about.page>
 28. Электронный портал Всеобуч: <http://www.edu-all.ru>

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p>1. <i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 213 (главный корпус).</p> <p>2. <i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 401 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус), аудитория № 419 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус).</p> <p>3. <i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 401 (главный корпус), аудитория № 417(главный корпус), аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус) Аудитория № 422 (главный корпус).</p> <p>4. <i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 415 (главный корпус), аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 410 (главный корпус), аудитория № 312 (главный корпус)</p>	<p>Аудитория № 401 Учебная мебель, доска; шкаф</p> <p>Аудитория № 425 Учебная мебель, доска</p> <p>Аудитория № 422 Лаборатория информационных технологий Учебная мебель, 10 компьютеров – системный блок PowerCool 4ядра 3,5 GHz/ DDR4 8 Gb/ HDD 1Tb/ DVD-RW 450W/ клавиатура USB/ мышь USB /LCD монитор 21,5".</p> <p>Аудитория № 419 Учебная мебель, доска, шкаф</p> <p>Аудитория № 417 Учебная мебель, доска; экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-X31 (1 шт.)</p> <p>Аудитория № 415 Учебная мебель, доска, экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U (1 шт.).</p> <p>Аудитория № 414 Учебная мебель, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW (1 шт.), проектор мультимедийный</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г., лицензия - бессрочная</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор № 114 от 12.11.2014 г., лицензия – бессрочная.</p> <p>3. Windows 10. Предустановленная. Договор № 007 от 19.03.2019 г., лицензия – бессрочная.</p> <p>4. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle) http://www.gnu.org/licenses/gpl.html http://rusgpl.ru/rusgpl.pdf</p>

<p>Аудитория № 422 (главный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p> <p>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 334 (главный корпус)</p>	<p>MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W (6 шт)</p> <p>Аудитория № 312 Учебная мебель, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro.</p> <p>Аудитория № 410 Лаборатория информационных технологий Учебная мебель, доска, 12 компьютеров в комплекте Моноблок iRU 502 21.5"/ клавиатура USB / мышь USB.</p> <p>Аудитория № 213 Учебная мебель, доска, мультимедиа проектор Aser P7500</p> <p>Читальный зал № 1 Учебная мебель, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт, принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 334 Учебная мебель, доска; шкаф</p>
---	--

Перечень договоров ЭБС (за период, соответствующий сроку получения образования по ООП)		
Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2017/2018	Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 838 от 29.08.2017	С 01.10.2017 по 30.09.2018
	Соглашение о сотрудничестве на бесплатные коллекции ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 16/17 от 28.08.2017	С 28.08.2017 по 30.09.2018
	Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 836 от 29.08.2017	С 01.10.2017 по 30.09.2018
	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 095/04/0220 от 06.12.2017	С 06.12.2017 по 05.12.2018
	Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1256 от 13.12.2017	С 18.12.2017 по 17.12.2018
	Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 136-П от 03.07.2017	С 01.07.2017 по 30.06.2018
	Договор на БД SCOPUS между БашГУ и ГПНТБ России № SCOPUS/39 от 08.08.2017	С 08.08.2017 по 31.12.2017
	Договор на БД Web of Science между БашГУ и ГПНТБ России № WoS/43 от 01.04.2017	С 01.04.2017 по 31.03.2018
	Договор на БД SpringerNature между БашГУ и ГПНТБ России № Springer/6 от 25.12.2017	С 25.12.2017 по 31.12.2018
	Договор на БД Annual Reviews между БашГУ и ГПНТБ России № AR/6 от 09.01.2018	С 09.01.2018 по 30.06.2018

	Договор на БД ProQuest между БашГУ и ГПНТБ России № ProQuest/6 от 09.01.2018	С 09.01.2018 по 30.06.2018
	Договор на БД Taylor&Francis между БашГУ и ГПНТБ России № T&F/6 от 09.01.2018	С 09.01.2018 по 30.06.2018
	Договор на БД SCOPUS между БашГУ и ГПНТБ России № SCOPUS/6 от 09.01.2018	С 09.01.2018 по 31.12.2018
	Договор на БД Web of Science между БашГУ и ГПНТБ России № WoS/39 от 02.04.2018	С 02.04.2018 по 31.12.2018
	Договор на БД Wiley Journals между БашГУ и ГПНТБ России № Wiley /6 от 09.01.2018	С 09.01.2018 по 30.06.2018
2018/2019	Договор на БД периодических изданий между БашГУ и «ИВИС» № 133-П1650 от 03.07.2018	С 01.07.2018 до 30.06.2019
	Договор на ЭБС «Университетская библиотека онлайн» между БашГУ и «Нексмедиа» № 847 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 848 от 03.09.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Соглашение на бесплатные коллекции в ЭБС между БашГУ и издательством «Лань» № 961 от 01.10.2018	С 01.10.2018 по 30.09.2019
	Договор на доступ к электронным научным периодическим изданиям между БашГУ и РУНЭБ № 1262 от 11.12.2018	С 11.12.2018 по 31.12.2019
	Договор на БД диссертаций между БашГУ и РГБ № 095040040 от 27.02.2019	С 27.02.2019 по 26.02.2020

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
 ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины История рекламы и PR-деятельности на 2 семестр
 (наименование дисциплины)

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32,2
лекций	16
практических/ семинарских	16
лабораторных	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	39,8
Учебных часов на подготовку к экзамену / зачету / дифференцированному зачету (Контроль)	

Форма(ы) контроля:

зачет 2 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость в часах)				Основная и дополнительна я литература, рекомендуемая студентам	Задания по самостоятельной работе студентов с указанием литературы, номеров задач	Форма контроля самостоятельной работы студентов (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕ М	ЛР	СРС			
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1.	Общее понятие рекламы и PR-деятельности. Обзор существующих подходов и концепций	2			4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками.	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
2.	Зарождение рекламы и её предшественник и. Особенности рекламы Нового времени.	2	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка к ПЗ	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
3.	Реклама индустриальной эпохи (XVIII-XX вв.)	2	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка к ПЗ	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа

								Зачет
4.	Особенности русской дореволюционной рекламы. Реклама советского периода	2	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка к ПЗ	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
5.	Ранний период связей с общественностью. Первые "специалисты" по связям с общественностью. Связи с общественностью в средние века и в эпоху Возрождения	2	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка к ПЗ	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
6.	Развитие связей с общественностью в США и Европе	2	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка к ПЗ. Подготовка к письменной работе.	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
7.	Развитие современных	4	2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и	Аудиторная работа на практическом занятии

	связей с общественностью в России						дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками Подготовка презентационных проектов. Подготовка к ПЗ. Подготовка к письменной работе.	Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
8.	Защита презентационных проектов		2		4,4	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками Подготовка презентационных проектов	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
9.	Защита презентационных проектов		2		4,6	А – 1 Б – 1, 2, 3	Чтение и конспектирование обязательной и дополнительной литературы Знакомство с Интернет-источниками. Подготовка презентационных проектов	Аудиторная работа на практическом занятии Подготовка презентационного проекта Конспектирование научной литературы Письменная работа Зачет
	Всего	16	16		39,8			

Рейтинг-план дисциплины

_____История рекламы и PR-деятельности_____ (название дисциплины согласно рабочему учебному плану)
 направление/специальность _____Прикладная филология (русский, английский языки)_____
 курс _____1_____, семестр _____2_____

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. История рекламы Западной Европы и США				
Текущий контроль			0	20
1. Аудиторная работа	10	1	0	10
2. Работа с научной литературой	10	1	0	10
Рубежный контроль	10	1	0	10
1. Защита презентационных проектов			0	10
Модуль 2. История русской и советской рекламы				
Текущий контроль			0	20
1. Аудиторная работа	10	1	0	10
2. Работа с научной литературой	10	1	0	10
Рубежный контроль	10	1	0	10
1. Защита презентационных проектов			0	10
Модуль 3. История PR-деятельности				
Текущий контроль			0	30
1. Аудиторная работа	10	1	0	10
2. Работа с научной литературой	10	1	0	10
3. Письменная работа	10	1	0	10
Рубежный контроль			0	10

1. Итоговое тестирование	10	1	0	10
Итоговый контроль				
1. Зачет			0	0
Поощрительные баллы				
1. Подготовка НИРС.	5	1	0	5
2. Выступление на студенческой научной конференции	5	1	0	5
ИТОГО			0	110

