



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Т.Е. Абрамзон

14.02.2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАСС-МЕДИА

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

Институт/ факультет	Институт гуманитарного образования
Кафедра	Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
Курс	1

Магнитогорск
2023 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации

25.01.2023, протокол № 6


Зав. кафедрой  Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО

14.02.2023 г. протокол № 6

Председатель  Т.Е. Абрамзон

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры РЯОЯиМК, канд. филол. наук  А.В. Подгорская

Рецензент:

старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной лаборатории НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова", канд. филол. наук

 А.А. Осипова

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2025 - 2026 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

- развивать способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

- развивать способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина История и актуальные проблемы масс-медиа входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

"История" общеобразовательной школы

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Социология массовых коммуникаций

Язык в контексте культуры

Теория и практика массовой информации

Профессиональная этика журналиста

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «История и актуальные проблемы масс-медиа» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
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	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 8,6 акад. часов;
- аудиторная – 6 акад. часов;
- внеаудиторная – 2,6 акад. часов;
- самостоятельная работа – 90,7 акад. часов;
- в форме практической подготовки – 0 акад. час;
- подготовка к экзамену – 8,7 акад. час

Форма аттестации - экзамен

Раздел/ тема дисциплины	Курс	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Раздел 1								
1.1 История развития рекламы и СМИ в античном обществе	1	1			15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
1.2 Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре				1	15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		1		1	30			
2. Раздел 2								

2.1 Рекламно-информационная деятельность в Европе в эпоху Нового времени XVI – XVII вв.				1	15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
2.2 Развитие западноевропейской рекламы и СМИ в XIX-XX вв.	1			1	15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу				2	30			
3. Раздел 3								
3.1 Виды проторекламы на Руси. Развитие и коммерциализация прессы (30-50 гг. XIX в.)	1			1	15	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2

3.2 Реклама и СМИ в России в XX в. Современные тенденции		1			15,7	Усвоение лекционного материала. Конспектирование лекции. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт». Составление плана ответа на вопросы для самопроверки. Подготовка к практическим занятиям.	Проверка наличия таблицы ИНСЕРТ. Устный опрос. Проверка выполнения письменных заданий по теме занятия.	ОПК-3.1, ОПК-3.2, ОПК-5.1, ОПК-5.2
Итого по разделу		1		1	30,7			
Итого за семестр		2		4	90,7		экзамен	
Итого по дисциплине		2		4	90,7		экзамен	

5 Образовательные технологии

Для формирования компетенции и реализации предусмотренных видов учебной работы в учебном процессе используются следующие технологии.

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Проблемная лекция – изложение материала, предполагающее постановку проблемных и дискуссионных вопросов, освещение различных научных подходов, авторские комментарии, связанные с различными моделями интерпретации изучаемого материала.

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

На практических занятиях используются:

- разбор конкретных ситуаций;
- исследовательский метод;
- работа в команде;
- тренинги (навыковые);

В самостоятельной работе используются:

Конспектирование лекций – служит средством развития умственных способностей человека (мобилизует внимание, активизирует восприятие, мышление), вырабатывает умение в короткой и сжатой форме излагать мысли, развивает навыки литературного изложения, повышает культуру речи.

Поисковый метод – обеспечивает вовлечение учащихся в процесс самостоятельного приобретения знаний, сбора и исследования информации.

Исследовательский метод – организация поисковой, познавательной деятельности учащихся путем постановки учителем познавательных и практических задач, требующих самостоятельного творческого решения.

Обучение в электронной образовательной среде с использованием Интернет-ресурсов (IT-методы).

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

Балынская, Н. Р. Основы политической рекламы : учебно-методическое пособие / Н. Р. Балынская, Е. М. Зайцева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2019. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=1296.pdf&show=dcatalogues/1/1123502/1296.pdf&view=true> (дата обращения: 20.03.2023). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

Костина, А. В. Основы рекламы : учебник / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. - М. : КноРус, 2009. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - (Информационные технологии в образовании). - URL:

<https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=224.pdf&show=dcatalogues/1/1053544/224.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

Питько, О. А. Великие персоны в рекламе и PR : учебное пособие / О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. URL:

<https://magtu.informsystema.ru/uploader/fileUpload?name=2772.pdf&show=dcatalogues/1/1132901/2772.pdf&view=true> (дата обращения: 04.10.2019). - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Методические указания представлены в Приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
7Zip	свободно распространяемое	бессрочно
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
Adobe Flash Professional CS 5 Academic Edition	К-113-11 от 11.04.2011	бессрочно
Браузер Yandex	свободно распространяемое	бессрочно

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Название курса	Ссылка
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: http://window.edu.ru/
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: https://scholar.google.ru/
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)	URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	https://dlib.eastview.com/

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа. Оснащение: Доска, мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащение: Доска, мультимедийный проектор, экран.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся. Оснащение: Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Оснащение: Стеллажи для хранения учебно-наглядных пособий и учебно-методической документации.

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции.

Методические указания: конспект должен отражать основное содержание лекции, записанной своими словами, кратко, сжато и вместе с тем полно. Дословно следует записывать определения, правила, выводы.

Темы лекций:

1. История развития рекламы и СМИ в античном обществе
2. Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре.
3. Рекламно-информационная деятельность в Европе в эпоху Нового времени XVI – XVII вв..
4. Развитие западноевропейской рекламы и СМИ в XIX-XX вв..
5. Виды проторекламы на Руси. Развитие и коммерциализация прессы (30-50 гг. XIX в.).
6. Реклама и СМИ в России в XX в. Современные тенденции

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов предполагает следующие виды работ.

I. Работа с конспектом лекции на основе приема «инсерт».

Методические указания: после прочтения текста следует заполнить таблицу «ИНСЕРТ». В нее необходимо записывать только ключевые слова или фразы.

V	+	-	?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Темы лекций для составления таблицы «ИНСЕРТ»:

1. История развития рекламы и СМИ в античном обществе
2. Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре.
3. Рекламно-информационная деятельность в Европе в эпоху Нового времени XVI – XVII вв..
4. Развитие западноевропейской рекламы и СМИ в XIX-XX вв..
5. Виды проторекламы на Руси. Развитие и коммерциализация прессы (30-50 гг. XIX в.).

6. Реклама и СМИ в России в XX в. Современные тенденции

II. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

Методические указания: в процессе составления плана ответы на вопросы необходимо использовать конспект лекции, ЭОРы. Необходимо кратко формулировать основные мысли, положения изучаемого материала. Приступая к освоению записи в виде плана ответов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает. Задание закрепляет и систематизирует знания.

Вопросы для самопроверки:

- Основные направления проторекламы в архаичной культуре: сакральное направление; престижное направление; собственническое направление; демонстративное (ремесленническое) направление.

- Социальные факторы формирования рекламы: культура урбанизма.

- Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела.

- Виды проторекламных письменных текстов (граффити, папирус, восковая табличка, альбом, римская протогазета, афиша).

Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре:

- раннее Средневековье V-X вв. (конфессиональная реклама и СМИ);

- развитое Средневековье XI-XIV вв. (рекламная деятельность глашатаев и герольдов; устное рекламотворчество; изобразительная реклама: цеховая геральдика, торговая и производственная эмблематика, гравюры);

- позднее Средневековье и Возрождение XV-XVI вв. (формы визуализации: вывески, афиши, рукописный каталог)

- Роль изобретения печати в развитии рекламного процесса и СМИ и формирование новых жанров рекламы.

- Основные рекламные жанры эпохи Нового времени (печатный «летучий листок», каталог, проспект и прейскурант, титульные листы книг, индульгенции, печатные афиши, типографские эмблемы и экслибрисы).

- Газетная реклама.

- Рекламные кампании.

- Рекламный процесс в Англии.

- Рекламный процесс во Франции.

- Рекламный процесс в Германии.

- Фольклорная устная реклама на Руси (призывы коробейников, закличка, прибаутка, раешный стих).

- Изобразительные жанры российской проторекламы (лубок, ксилография, живописная вывеска, конклюдии, театральная афиша, массовые народные гуляния).

- Развитие прессы в России. Рукописная протогазета «Куранты».

- Появление печатной газеты в России: первая русская газета – «Ведомости» Петра I.

- Жанр рекламного объявления.

- Реклама в условиях коммерциализации прессы (30-50 гг. XIX в.).

- Газета «Северная пчела». Деятельность Ф.В. Булгарина. Феномен «модульной» и «скрытой» рекламы.

- Жанр обращения к читателю в первых русских журналах как форма саморекламы издателя.

- Особенности книжной, образовательной, медицинской рекламы, рекламы табачных изделий, косметики и техники в российских газетах 18, 19 вв.

- Рекламные юмористические рассказы в «Сатириконе» и «Новом Сатириконе» (редактор Аркадий Аверченко).

- Особенности отечественной пропагандистской социальной рекламы 1920-1930 г.г.

- Советская кинореклама 1920-х годов.

- Реклама в период ВОВ

- Реклама в СССР 1950-80. Телереклама.

- Социальная реклама в России 1900-1917 гг.

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студента учебного материала;
- умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы, находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
- обоснованность и четкость изложения ответа;
- оформление материала в соответствии с требованиями;
- умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
- умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически оценить решение и его последствия;
- умение показать, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
- умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.

Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов

Критериями оценок результатов самостоятельной работы студента являются:

1. уровень освоения студента учебного материала;
2. умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
3. сформированность профессиональных компетенций;
4. умения студента активно использовать электронные образовательные ресурсы,
5. находить требующуюся информацию, изучать ее и применять на практике;
6. обоснованность и четкость изложения ответа;
7. оформление материала в соответствии с требованиями;
8. умение ориентироваться в потоке информации, выделять главное;
9. умение четко сформулировать проблему, предложив ее решение, критически - оценить решение и его последствия;
10. умение показать, проанализировать альтернативные возможности, варианты действий;
11. умение сформировать свою позицию, оценку и аргументировать ее.
12. умение правильно решать профессионально ориентированные ситуации, со ссылкой на соответствующие нормативные документы.

Удовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

1. Студент свободно применяет знания на практике;
2. Правильно решает профессионально ориентированные ситуации, со ссылкой на соответствующие нормативные документы.
 1. Не допускает ошибок в воспроизведении изученного материала;
 2. Студент выделяет главные положения в изученном материале и не затрудняется в ответах на видоизмененные вопросы;
 3. Студент усваивает весь объем программного материала;
 4. Материал оформлен аккуратно в соответствии с требованиями.

Неудовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

1. У студента имеются отдельные представления об изучаемом материале, но все же большая часть не усвоена;
2. Студент не решил профессионально ориентированные ситуации;
3. Не справился с выполнением практических заданий.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации.

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
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	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <p>1. К какому периоду относится возникновение информационных агентств, специализирующихся на сборе рекламы и её размещении</p> <p>а) Античность б) Средневековье в) Новое время г) Новейшее время</p> <p>2. Какие из вариантов проторекламы действуют в современности</p> <p>а) Печать б) Акция в) Клеймо г) Тотем</p> <p>3. Когда зарождается протофирменный стиль</p> <p>а) Средневековье б) Античность в) Древний мир г) Новое время</p> <p>4. В каком веке появляется книгопечатание</p> <p>а) 13 век б) 15 век в) 16 век г) 17 век</p> <p>5. Что создается в 1966 году в СССР</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>а) Главкоопторгреклама б) Союзторгреклама в) Информреклама г) Москреклама</p> <p style="text-align: center;">Перечень вопросов для подготовки к зачету</p> <p>1. Виды проторекламы на Руси. Фольклорная устная реклама (призывы коробейников, закличка, прибаутка, раешный стих). Изобразительные жанры российской проторекламы (лубок, ксилография, живописная вывеска, конклюдии, театральная афиша, массовые народные гуляния).</p> <p>2. Развитие прессы в России. Рукописная протогазета «Куранты». Появление печатной газеты в России: первая русская газета – «Ведомости» Петра I. Жанр рекламного объявления.</p> <p>3. Реклама в условиях коммерциализации прессы (30-50 гг. XIX в.). Газета «Северная пчела». Деятельность Ф.В. Булгарина. Феномен «модульной» и «скрытой рекламы».</p> <p>4. Жанр обращения к читателю в первых русских журналах как форма саморекламы издателя.</p> <p>5. Особенности книжной, образовательной, медицинской рекламы, рекламы табачных изделий, косметики и техники в российских газетах 18, 19 вв.</p> <p>Задание 1. На примере 5-ти примеров опишите специфику рекламы в российских газетах и журналах XIII—XIX вв., представьте выводы публично. При отборе материала для анализа ориентируйтесь на следующий перечень тематических направлений:</p> <p>а) объявления в газетах 18 века; б) рекламные публикации промышленных выставок в российских газетах (столичных, провинциальных) 18, 19 вв.; в) книжная реклама в газетах 18, 19 вв.; г) образовательная реклама в газетах 18,19 вв.; д) медицинская реклама в газетах 18, 19 вв.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>е) реклама табачных изделий в газетах 18, 19 вв. ж) реклама техники в газетах 18, 19 вв. з) реклама пищевых продуктов, торговый рекламный и коммерческий плакат (конец 19 века). Задание 2. Рассмотрите знаки рюриковичей на свинцовых товарных пломбах. К какой рекламе относится этот вид? Изобразите такой знак для себя. Обоснуйте выбор деталей, опираясь на тенденции создания подобных изображений. Задание. Изучите русские требования к рекламе, которые в 1911 году были сформулированы русским специалистом Н.Абрамовым. Сделайте рекламу какого-либо продукта, соблюдая их.</p>
ОПК-3.2	<p>Применяет средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах</p>	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <p>1. Когда стала формироваться журнальная периодика в России а) Кон. XVI в б) XVII в в) Сер. XVIII в г) XIX в</p> <p>2. Когда в России происходит первоначальное осмысление рекламного процесса а) XVI в б) Сер. XVIII в в) Кон. XVIII в г) XIX в</p> <p>3. В какое время в России определяются тенденции развития информационно-рекламной деятельности а) XVIII в б) XVII в в) XIX в г) XX в</p> <p>4. Какую форму разновидности российской рекламы можно считать начальной а) Устное рекламирование</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>б) Печатная реклама в) Изобразительная реклама г) Издательские марки</p> <p>5. Один из знаковых вариантов российского рекламирования</p> <p>а) Лубок б) Папирус в) Эмблема г) Клеймо</p> <p style="text-align: center;">Перечень вопросов для подготовки к зачету</p> <p>1. Социальная реклама в России 1900-1917 гг. 2. Рекламные юмористические рассказы в «Сатириконе» и «Новом Сатириконе» (редактор Аркадий Аверченко). 3. Особенности отечественной пропагандистской социальной рекламы 1920-1930 г.г. 4. Советская кинореклама 1920-х годов. 5. Реклама в период ВОВ</p> <p>Задание 1. Назовите форму данной рекламы: Вот так квас — В самый раз! Баварский со льдом — Даром денег не берем! Пробки рвет! Дым идет! В нос шибает! В рот икает!</p> <p>Придумайте собственный текст, соблюдая стилистические требования</p> <p>Задание 2. Изучите жанр обращения к читателю в первых русских журналах как форма саморекламы издателя. Опишите его жанровые особенности. Приведите иллюстративные примеры.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Задание. Опишите особенности пропагандистской советской социальной рекламы 1920-1930 г.г. Напишите собственный слоган для рекламы ЗОЖ.
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Словом «Gazzetta» обозначалась: <ol style="list-style-type: none"> а) первая ежедневная рекламная газета, вышедшая в США в 19 в.; б) сообщения глашатаев Древнего Рима, а впоследствии герольдов средневековья; в) первая типографская наборная машина, созданная в Англии Б. Фостером в 1815 г.; г) мелкая венецианская газета, которую платили за рукописные «листки сообщений» (16 век). 2. Юлий Цезарь в роли ПР-мейкера прославился своими... - гладиаторскими боями; <ol style="list-style-type: none"> а) раздачей хлеба и вина; б) раздачей рабов; в) постройкой общественных зданий; г) распоряжением писать отчёты о дебатах в Сенате на стенах. 3. Кипу - это прообраз современных памятных устройств в..... <ol style="list-style-type: none"> а) Китае; б) Индии; в) Греции; г) Перу; д) Вавилоне. 4. «Думсдейбук» - это..... <ol style="list-style-type: none"> а) «Книга судного дня»; б) «Книга судеб»;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>в) «Книга волхвов»; г) «Книга жалоб»; д) «Книга мёртвых».</p> <p>5. Автор термина «связь с общественностью», впервые его употребивший - а) С. Адамс; б) Д. Вашингтон; в) Буффало Билл; г) Э. Джексон; д) Т. Джефферсон.</p> <p style="text-align: center;">Перечень вопросов для подготовки к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Политическая коммуникация в имперский период (до конца XVIII века) 2. Основные стилистические направления русской рекламы конца XIX-начала XX века. 3. Рождение советской рекламы в период гражданской войны. 4. Формирование имиджа СССР. Пропаганда идей патриотизма. 5. Специфика современных тенденций в мировой практике рекламы. <p>Задание 1. Изучите специфику проторекламы. Какие из вариантов проторекламы действуют в современности? Приведите 3 примера, ответ проиллюстрируйте.</p> <p>Задание 2. Где впервые появляется корпоративная реклама? Опишите ее особенности. На 1 примере современной корпоративной рекламы сформулируйте сходства и различия. Ответ проиллюстрируйте.</p> <p>Задание. В каком веке в Америке создается первое рекламное агентство, каким оно было? Разработайте собственную концепцию рекламного агентства, ответ представьте публично.</p>
ОПК-5.2	<p>Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы</p>	<p style="text-align: center;">Тестовые задания</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Первое ПР-агентство было создано в <p>а) В Лондоне в 1899 г. б) в Нью-Йорке в 1901 г. в) в Новом Орлеане в 1905 г.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>г) в Бостоне в 1900 г. д) в Сан-Франциско в 1903 г. 2. Международная ассоциация ПР создаётся в ... а) Сиднее в 1950 г. б) в Париже в 1953 г. в) в Лондоне в 1955 г. г) в Вашингтоне в 1956 г. д) в Бостоне в 1957 г. 3. Древнейшая форма демократических связей с общественностью на Руси... а) Дума; б) Вече; в) Наместничество; г) Кормление; д) Патриаршество. 4. Информационное агентство «Адресное бюро» основал а) Людовик XIV; б) Теофраст Ренодо; в) Джонатан Свифт; г) Вильгельм Оранский. 5. Первое информационное агентство в России было создано ... а) в 1780 г. издателем Новиковым; б) в 1862 г. банкиром Трубниковым; в) в 1719 г. по указанию Меншикова; г) в 1815 г. издателем «Северной пчелы» Булгариным.</p> <p style="text-align: center;">Перечень вопросов для подготовки к зачету</p> <p>1. Носители и жанры: PR раньше СМИ (летописи, публицистика и риторика, былины, жития). 2. PR в мире: исторический очерк. 3. СО от эпохи Ренессанса к Галантному веку.</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>4. Связи с общественностью "японского экономического чуда".</p> <p>5. PR в современной России: хронология развития, статистика, тенденции.</p> <p>Задание 1. Прочитайте сатирический рекламный рассказ. (Новый Сатирикон. — 1913. — № 5.), охарактеризуйте особенности.</p> <p>«В России 150 миллионов народонаселения. Мы не ошибемся, предположив, что из них половина — детей и дряхлых стариков, которых считать не следует. Остается 75 миллионов. Отбросим половину неграмотных — будем считать, что грамотных — 40 миллионов.</p> <p>Половина этого количества — хронические пьяницы, алкоголики и вырожденцы, для которых смех — пустой звук.</p> <p>Из оставшихся 20 миллионов, по справедливости, нужно половину отнести на жителей окраин, не говорящих по-русски и, вообще, иностранцев.</p> <p>И, наконец, сделаем последнее исключение — 5 миллионов эпилептиков, сумасшедших, лиц, сидящих в тюрьме и находящихся в бегах.</p> <p>Итак — остается всего 5 миллионов. Ясно, что эти люди должны быть подписчиками на наш журнал: им ничего не мешает сделаться подписчиками.</p> <p>Таким образом, всякий человек, живущий в России, если он не 1) старик, 2) дитя, 3) неграмотный, 4) пьяница, 5) иностранец, 6) эпилептик, и 7) каторжник — то всякий такой человек пусть пришлет полугодовую плату по адресу: СПб., Невский, 98.</p> <p>Если же друзья и знакомые узнают стороной, что такое-то лицо подписчиком нашего журнала не состоит, — то наш искренний друзьям и знакомым совет — немедленно выяснить, к какой из перечисленных 7-ми категорий это лицо принадлежит?</p> <p>Мы сами понимаем, что результаты выяснения могут быть очень тяжелые, но... лучше смотреть правде в глаза, как бы горька она ни была.</p> <p>Задание 2. Опишите особенности пропагандистской социальной рекламы 1920-1930 г.г.</p> <p>Трудящимся – здоровый отдых. Зеленые насаждения – здоровье нашего и будущих</p>

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		<p>поколений!; Вырастим здоровый молодежь. Улучшим охрану здоровья трудящихся. Оздоровление масс есть верный источник к истинной и прекрасной жизни. Здоровое физически и духовно молодое поколение – вечный проводник идей коммунизма. Колхозник – будь физкультурником! Пионер закаляет себя, каждый день делает физкультурную зарядку. Каждый школьник знает четко эту фразу наизусть: «Утром встал – зубная щетка, а за ней порошок». Работница, борись за чистую столовую, за здоровую пищу. Советские физкультурники – гордость нашей страны. Здоровые родители – здоровое потомство. Алкоголь губит жизнь. Алкоголь предрасполагает к болезням – не употребляйте спиртных напитков. Яд самогонки отравляет здоровье трудящихся. Никотин – яд! Человек от папиросы не умирает, в виду небольших количеств никотина, вдыхаемого за раз. Но капля по капле долбит камень и потому здоровье курильщика, в конце концов, расстраивается. Курение табака – дорогое и вредное дело для здоровья и хозяйства. За здоровье! Не бери в рот чужих стаканов, ложек, вилок, окурков и пр. Не вытирайся полотенцем чужим, могили и больные пользоваться им. Кто свое здоровье любит, грязь кому нелегко – наблюдайте, чтобы в клубе соблюдали чистоту. Долой рукопожатия! Без рукопожатий встречайте друг друга и провожайте.</p> <p>Задание. Напишите рекламный юмористический (сатирический) рассказ от редакции одного из современных журналов. Цель саморекламы — привлечь как можно больше подписчиков. Для этого необходимо убедить публику в том, что</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) данное издание лучше других; 2) быть подписчиком данного издания <ol style="list-style-type: none"> а) выгодно, б) полезно, в) удобно; 3) данное издание популярно в обществе, и каждый уважающий себя человек должен стать его подписчиком.

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания: Примерная структура и содержание пункта:

Промежуточная аттестация по дисциплине включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, проводится в форме экзамена.

Экзамен является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лекционных, практических занятиях и в процессе самостоятельной работы, и имеет целью проверку знаний студентов по теории и выявление навыков применения полученных знаний при решении практических задач, а также навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой.

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

- полностью выполнены все домашние задания;
- успешно решены тесты (не менее 50% от максимального балла).

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах.

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

Экзамен проводится по билетам, охватывающим весь пройденный материал. Билет состоит из двух теоретических вопросов по определенным темам.

По окончании ответа преподаватель может задать студенту дополнительные и уточняющие вопросы. Результаты экзамена объявляются студенту после окончания ответа в день сдачи.

Показатели и критерии оценивания экзамена:

– на оценку **«отлично»** – студент должен показать высокий уровень знаний не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам, оценки и вынесения критических суждений;

– на оценку **«хорошо»** – студент должен показать знания не только на уровне воспроизведения и объяснения информации, но и интеллектуальные навыки решения проблем и задач, нахождения уникальных ответов к проблемам;

– на оценку **«удовлетворительно»** – студент должен показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, интеллектуальные навыки решения простых задач;

– на оценку **«неудовлетворительно»** – студент не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.

Методические указания

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны научиться воспринимать сведения на слух, фиксировать информацию в виде записей в тетрадях, работать с письменными текстами, самостоятельно извлекая из них полезные сведения и оформляя их в виде тезисов, конспектов, систематизировать информацию в виде заполнения таблиц, составления схем. Важно научиться выделять главные мысли в лекции преподавателя либо в письменном тексте; анализировать явления; определять свою позицию к полученным на занятиях сведениям, четко формулировать ее; аргументировать свою точку зрения: высказывать оценочные суждения; осуществлять самоанализ. Необходимо учиться владеть устной и письменной речью; вести диалог; участвовать в дискуссии; раскрывать содержание изучаемой проблемы в монологической речи; выступать с сообщениями и докладами.

Конспект лекции. Смысл присутствия студента на лекции заключается во включении его в активный процесс слушания, понимания и осмысления материала, подготовленного преподавателем. Этому способствует конспективная запись полученной информации, с помощью которой в дальнейшем можно восстановить основное содержание прослушанной лекции.

Для успешного выполнения этой работы советуем:

- подготовить отдельные тетради для каждого предмета. Запись в них лучше вести на одной стороне листа, чтобы позднее на чистой странице записать дополнения, уточнения, замечания, а также собственные мысли. С помощью разноцветных ручек или фломастеров можно будет выделить заголовки, разделы, термины и т.д.

- не записывать подряд все, что говорит лектор. Старайтесь вначале выслушать и понять материал, а затем уже зафиксировать его, не упуская основных положений и выводов. Сохраняйте логику изложения. Обратите внимание на необходимость точной записи определений и понятий.

- оставить место на странице свободным, если не успели осмыслить и записать часть информации. По окончании занятия с помощью однокурсников, преподавателя или учебника вы сможете восстановить упущенное.

- уделять внимание грамотному оформлению записей. Научитесь графически ясно и удобно располагать текст: вычленять абзацы, подчеркивать главные мысли, ключевые слова, помещать выводы в рамки и т.д. Немаловажное значение имеет и четкая структура лекции, в которую входит план, логически выстроенная конструкция освещения каждого пункта плана с аргументами и доказательствами, разъяснениями и примерами, а также список литературы по теме.

- научиться писать разборчиво и быстро. Чтобы в дальнейшем не тратить время на расшифровку собственных записей, следите за аккуратностью почерка, не экономьте бумагу за счет уплотнения текста. Конспектируя, пользуйтесь общепринятыми сокращениями слов и условными знаками, если есть необходимость, то придумайте собственные сокращения.

- уметь быстро и четко переносить в тетрадь графические рисунки и таблицы. Для этих целей приготовьте прозрачную линейку, карандаш и резинку. Старайтесь как можно точнее скопировать изображение с доски. Если наглядный материал трудно воспроизводим в условиях лекции, то сделайте его словесное описание с обобщающими выводами.

- просмотреть свои записи после окончания лекции. Подчеркните и отметьте разными цветами фломастера важные моменты в записях. Исправьте неточности, внесите необходимые дополнения. Не тратьте время на переписывание конспекта, если он оказался не совсем удачным. Совершенствуйтесь, записывая последующие лекции.

Подготовка к экзамену. Готовиться нужно заранее и в несколько этапов. Для этого:

- Просматривайте конспекты лекций сразу после занятий. Это поможет разобраться с непонятными моментами лекции и возникшими вопросами, пока еще лекция свежа в памяти.

- Бегло просматривайте конспекты до начала следующего занятия. Это позволит «освежить» предыдущую лекцию и подготовиться к восприятию нового материала.

- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

- Прикиньте время, необходимое вам для повторения каждой части (блока) материала, выносимого на экзамен.

- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

- Разделите вопросы для экзамена на знакомые (по лекционному курсу, семинарам, конспектированию), которые потребуют лишь повторения и новые, которые придется осваивать самостоятельно. Начните с тем хорошо вам известных и закрепите их с помощью конспекта и учебника. Затем пополните свой теоретический багаж новыми знаниями, обязательно воспользовавшись рекомендованной литературой.

- Правильно используйте консультации, которые проводит преподаватель. Приходите на них с заранее проработанными самостоятельно вопросами. Вы можете получить разъяснение по поводу сложных, не до конца понятых тем, но не рассчитывайте во время консультации на исчерпывающую информацию по содержанию всего курса.