

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УР  
А.М. Дигурова



« 20 »

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«История рекламы»

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Владикавказ 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г., № 512, учебным планом подготовки бакалавра по направлению *42.03.01 Реклама и связи с общественностью*, утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» (от 30.04.2020 г. № 9).

Составитель: к.п.н., доцент Цараева Л.А.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий

(протокол №10 от «05» июня 2020 г.)

Зав. каф. \_\_\_\_\_ М.Л. Бабочиева

Одобрена советом факультета журналистики

(протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

Председатель \_\_\_\_\_ Ф.С. Хабалова

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

	Очная форма обучения
Курс	2
Семестр	3
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные занятия	-
Консультации	
Итого аудиторных занятий	36
Самостоятельная работа	36
Курсовая работа	-
Контрольные работы	-
Экзамен	-
Зачет	+
Общее количество часов	72

## 2. Цели освоения дисциплины

**Целью** освоения учебной дисциплины «История рекламы» является формирование у студентов знаний в области истории формирования понятий и концепций рекламы.

**Задачи** дисциплины - формирование целостной системы знаний:

- формирование представлений о рекламной деятельности как о процессах, обусловленных культурным контекстом;
- показать своеобразие направлений рекламы и связей с общественностью, достигнутые результаты, взаимосвязь и преемственность различных средств распространения информации в процессе коммуникации.
- умение интерпретировать динамику смены рекламных стратегий, жанрово-выразительных форм, форм управления рекламным бизнесом.
- знание знаковых образцов мирового рекламного творчества от древности до современности. Знание знаковых форм PR-творчества.

## 3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Б1.В.14 Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Дисциплина «История рекламы» относится к дисциплинам Блока 1 части, формируемой участниками образовательных отношений, Б1.В.14 и имеет логическую и содержательно-методическую взаимосвязь с дисциплинами ОПОП. Для изучения данной дисциплины необходимы знания и умения, приобретенные в результате освоения дисциплины «Основы рекламы и PR».

### Требования к профессиональной деятельности выпускника

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими трудовыми функциями, предусмотренными профессиональным стандартом:

06.009 – «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».

Обобщенная трудовая функция: «Организация распространения продукции СМИ».

Наименование вида профессиональной деятельности: «Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания».

Трудовые функции:

1	Реализация продукции СМИ Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
---	---	--------	---

Трудовые действия	Самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала
	Согласование темы будущего материала с редакцией
	Получение задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией
	Изучение специфики и особенностей освещаемой темы
	Определение основной сюжетной линии будущего материала
	Составление графика работы для соблюдения сроков задания
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
	Находить и анализировать необходимую информацию
	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Необходимые знания	Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего деятельность гражданское законодательство Российской Федерации
	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
	Ассортимент реализуемой продукции СМИ
	Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности

#### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Коды компетенций	Содержание компетенций
------------------	------------------------

УК-4	- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
------	---

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	<i>знать</i>	<i>уметь</i>	<i>владеть</i>
УК-4	- стиль делового общения на государственном языке РФ и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.	- создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации.	- навыками ведения деловой переписки на государственном языке РФ и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий.

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Таблица 5.1

№ неде ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Количество баллов		Литера тура
		лек.	пр.	Содержание	Часы		min	max	
<b>1</b>	Введение в историю рекламы и связей с общественностью. Сущность проторекламы. Знаки собственности как вариант проторекламы.	2	2	Реклама в античном обществе. Устная и предметно- изобразительная регулирование рекламного процесса в античности	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	<b>5</b>	[1],[2] [3],[4]
<b>2</b>	Реклама Западноевропейского. Средневековья и Нового времени.	2	2	Прообраз политической рекламы в народных зрелищах XVIII века.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	<b>5</b>	[1],[2] [3],[4]
<b>3</b>	Реклама в России. Истоки устного рекламирования. Виды ярмарочной рекламы. Лубочные традиции в российской рекламе.	2	2	Фирменный знак. Малые изобразительные формы рекламы.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>4</b>	Реклама в российских газетах в XVIII веке. Афиша и вывеска в XIX - начале XX века.	2	2	Плакатная реклама в России на рубеже XIX-XX веков. Начало фоторекламы в России.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>5</b>	Век XX. Реклама как системообразующий социальный институт индустриального и постиндустриального общества.	2	2	Реклама в российской прессе в XIX - начале XX века.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе		3	[1],[2] [3],[4]
	<b>1-я рубежная контрольная работа</b>						0	<b>25</b>	
	<b>Текущая работа студентов</b>						0	<b>25</b>	
<b>10</b>	Европейская реклама 19 века - начала 20 века.	2	2	Реклама в условиях коммерциализации прессы. Французский рекламный плакат.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	<b>5</b>	[1],[2] [3],[4]
<b>11</b>	Реклама в США 19 - начала 20 века.	2	2	Реклама и культура в 20 веке	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	<b>5</b>	[1],[2] [3],[4]

<b>12</b>	Коммерческая рекламная коммуникация. Развитие каналов рекламной коммуникации в России.	2	2	Реклама как область профессиональной деятельности.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
<b>13</b>	Основные тренды мировой рекламы 1990-2000-х	2	2	Становление «новой российской рекламы» в 90-е годы XX века.	4	Вопросы к рубежной контрольной работе	0	3	[1],[2] [3],[4]
	<b>2-я рубежная контрольная работа</b>						<b>0</b>	<b>25</b>	
	<b>Текущая работа студентов</b>						<b>0</b>	<b>25</b>	
	<b>Итого:</b>	<b>18</b>	<b>18</b>		<b>36</b>				

**Примечания:**

1. Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
2. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

## **6. Образовательные технологии**

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий;
- лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции;
- реферат – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с требованиями и сдает ее преподавателю;
- онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype, Webex и др.);
- видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Технологии электронного обучения реализуются при помощи электронной образовательной среды СОГУ (при использовании ресурсов ЭБС), в ходе проведения автоматизированного тестирования и т.д.

## **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью и состоит из:

- поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического материала для подготовки к практическим занятиям;
- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

## **Методические рекомендации по написанию рефератов**

Реферат — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:



1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подбранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

### ***Тематика рефератов***

1. Элементы языческой религиозной проторекламы в Древнерусском государстве.
2. Элементы христианской религиозной проторекламы в Древнерусском государстве.
3. Основные черты фольклора, нашедшие отражение в устной рекламе.
4. Закличка. История её происхождения. Характеристики заклички.
5. Прибаутка. История её происхождения. Характеристики прибаутки.

## 6. Особенности рекламы стационарных зазывал и ярмарочной рекламы в России.

### **Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации**

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

### **Тематика для мультимедийных презентаций**

1. Речитативный уговор. История его происхождения. Характеристики речитативного уговора.
2. Раешный стих. История его происхождения. Характеристики раешного стиха.
3. «Реклама балаганных зазывал».

4. Выступления юродивых и скоморохов как элемент российской устной фольклорной рекламы.
5. Влияние российской устной рекламы на современную фольклорную рекламу.

#### **Методические указания по проведению практических занятий по дисциплине «История рекламы»**

Дисциплина «История рекламы» читается в течение 1 семестра по два часа в неделю.

Семинарские/практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет опрос теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть короткими и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос является одним из основных способов учета знаний студентов.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

**Фронтальный опрос** проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

**Индивидуальный опрос** предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

**Письменная проверка** наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытаться объективности оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

#### **Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения**

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный тематический материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Рабочая программа предусматривает проведение практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

### **Виды контроля.**

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

**Текущий контроль** – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают опросы на семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

### **Балльная структура оценки**

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
<b>Текущая оценка студента в течение 1-8 недель, в том числе:</b>	<b>25</b>
- устный ответ	5
- выполнение заданий на практических занятиях	2
- самостоятельная работа	10
- реферат	5

- презентация	3
<b>1-я рубежная письменная контрольная работа</b>	<b>25</b>
<b>Текущая оценка студента в течение 10-17 недели, в том числе:</b>	<b>25</b>
- устный ответ	5
- выполнения заданий на практических занятиях	2
- самостоятельных работ	10
- реферат	5
- презентация	3
<b>2-я рубежная письменная контрольная работа</b>	<b>25</b>
<b>Итого</b>	<b>100</b>

### Методика формирования результирующей оценки

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

*1-я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:*

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях;

*2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:*

- от 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;
- от 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на семинарских (практических) занятиях.

*Промежуточный контроль:*

За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов, автоматически получают «Зачет».

Результирующая оценка складывается в соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы обучения по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ.

### 8.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

#### Темы и критерии оценивания самостоятельной работы

#### Оценочный лист защиты рефератов

Наименование показателя	Выявленные недостатки и замечания	Баллы
<b>1. Качество исследовательской работы (реферата, экономического обзора)</b>		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы		0,5
3. Обоснованность и доказательность выводов		1
Общая оценка за выполнение ИР		2
<b>II. Качество доклада</b>		
1. Соответствие содержания доклада содержанию работы		0,5

2. Выделение основной мысли работы		0,5
3. Качество изложения материала		0,5
Общая оценка за доклад		1,5
<b>III. Ответы на дополнительные вопросы по содержанию работы</b>		
Вопрос 1		0,5
Вопрос 2		0,5
Вопрос 3		0,5
Общая оценка за ответы на вопросы		1,5
<b>Итоговая оценка за защиту</b>		<b>5</b>

### Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/баллы	4	3	2	1
Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используются.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

### Критерии оценки устного и/или письменного ответа на практическом занятии

Оценка	Критерий
--------	----------

5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

## 8.2. Оценочные средства для проведения рубежной аттестации

### *Критерии оценивания результатов рубежного тестирования*

Всего в тесте 25 вопросов. За каждый правильный ответ ставится 1 балл.

Рубежная аттестация проводится в виде контрольной работы в форме тестирования.

### *Примеры тестовых заданий для проведения рубежной аттестации*

1. Лубочная афиша на Руси представляла собой:
  - а. разноцветную картинку, печатавшуюся методом ксилографии снабжённую поясняющим текстом.
  - б. живописную вывеску выполнявшую функцию непосредственной демонстрации товара, вывешенная над помещениями для продажи этого товара.
  - в. аллегорическое гравированное изображение, сопровождавшееся текстом, приглашавшим на придворные торжества и академические диспуты.
  - г. рисованную от руки на дереве простонародную картинку, часто покрытую лаком.
2. Российская печатная афиша в XVIII в. носила характер:
  - а. лубочный.
  - б. ярмарочный.
  - в. перечневый.
  - г. прибауточный.
3. Главная особенность эволюции изобразительно рекламы в России в XIX состояла в её:
  - а. вестернизации.
  - б. профессионализации.
  - в. вербализации.
  - г. институционализации.
4. В XVIII - начале XIX века живописная часть вывески в России развивалась в традиции:
  - а. лубка.
  - б. реализма.
  - в. абстракционизма.
  - г. фавизма.

5. В первой половине XIX в. российская торговая марка представляла собой:
- а. логотип владельца.
  - б. владельческий знак.
  - в. герб торговой корпорации.
  - г. цеховой герб.
6. Художественная серия применялось в российской рекламе рубежа XIX - XX вв. в рекламном жанре:
- а. этикетки и вкладыша.
  - б. афиши и плаката.
  - в. вывески.
  - г. витринно-выставочном.
7. В плакатной формы российской рекламы в начале XX в. имелись такие разновидности как:
- а. торгово-промышленный и социально-политический плакат.
  - б. а. и плакат рекламировавший духовные зрелища.
  - в. б. и благотворительный, киноплакат, военный плакат.
  - г. дифференциация плакатного жанра была нехарактерна для плакатной рекламы России того времени.
8. Рекламную ценность плакатов Л. Бакста и К. Сомова М. Врубеля. Е. Лансере. И. Билибина снижала их:
- а. детализированность.
  - б. экспрессивность.
  - в. динамизм.
  - г. лаконичность.
9. Фотореклама кинопродукции в России начала XX в. чаще всего публиковалась в виде:
- а. полноценного документального изображения.
- 18
- б. последовательной серии фотографий в фотожурналах.
  - в. серии фотографий в специальных павильонах.
  - г. фотографий отображающих процесс киносъёмок.
10. «Супплемент» впервые появился в газете:
- а. «Ведомости».
  - б. «Санкт - Петербургские ведомости».
  - в. «Московские ведомости».
  - г. «Куранты».
11. Развитие рекламы во второй четверти XIX в. характеризовалось:
- а. монополией государственных газет на печатание объявлений.
  - б. отсутствием частных газетных изданий.
  - в. печатанием в частных газетах лишь государственных объявлений.
  - г. появлением первых бесплатных листков объявлений.
12. Стратегия на массовость рекламы, чему способствовал серьёзный маркетинговый подход к организации рекламного бизнеса, характерна для газеты:
- а. «Санкт - Петербургские ведомости».
  - б. «Московские ведомости».
  - в. «Голос».
  - г. «Северная пчела».



13. В пореформенную эпоху для рекламирования фирм использовался в основном такой приём воздействия на потребителя как:

- а. формирование престижного образа производителя.
- б. рекламный дизайн.
- в. использование цветных иллюстраций.
- г. рекламные призывы и слоганы.

14. Самый популярный российский массовый еженедельник рубежа XIX –XX вв., ориентированный на семейное чтение назывался:

- а. «Нива».
- б. «Брачная газета».
- в. «Русские ведомости».
- г. «Северная пчела».

15. Сатирическая экспрессия являлась рекламным приёмом:

- а В. Дени.
- б Д. Моора.
- в. Л. Бакста.
- г. К. Сомова.

16. Ведущим жанром изобразительной рекламы в период гражданской войны стал:

- а. изобразительный политический плакат.
- б. торгово-промышленный плакат
- в. политический книжный плакат.
- г. киноплакат.

17. Одной из важных тем социального плаката периода НЭПа являлась:

- а. борьба с алкоголизмом и наркоманией.
- б. реклама товаров широкого потребления.
- в. борьба с неграмотностью.
- г. оформление революционных лозунгов и призывов.

18. Понимание плакатной рекламы в том числе как «промышленно-торговой агитации» характерно для:

- а. А. Радакова.
- б. Е. Кругликовой.
- в. А. Лавинского.
- г. В. Маяковского.

19. Автор зрелищных плакатов периода НЭПа создававший эффективные композиции характеризующиеся свободным обращением с пропорциями и расположением фигур на плакате – это:

- а. А. Лавинский.
- б. В. Маяковский.
- в. В. и Г. Стенберги.
- г. В. Родченко.

20. Художественно-стилевые особенности советского рекламного плаката периода 1930-х гг. –это:

- а. широкое использование приёмов модернизма.
- б. помпезность и лакировка.
- в. философская обобщённость.
- г. психологизм.

21. Темой социального плаката 1930- гг. служила пропаганда:

- а. укрепления здоровья нации.
- б. борьбы за мир и разоружение.
- в. экономии и бережное отношение к результатам труда.
- г. поддержания здоровой экологической обстановки.

22. Название плакатов объединения художников периода Великой Отечественной войны, в которых художественным приёмом являлась величественная монументальность в показе героизма

и динамизм в сатирических плакатах – это:

- а. объединение при ЦК КПСС «Плакат».
- б. окна ТАСС
- в. объединение «Агитплакат».
- г. «Реклам-конструктор Маяковский и Родченко».

23. Рекламные приёмы характерные для газетной рекламы периода НЭПа включали в себя:

- а. изображения торгового знака сопровождающиеся рекламными слоганами.
- б. фотографическая реклама во всю страницу.
- в. стилизованные иллюстрации с стихотворным текстом.
- г. предметно-реалистичекие фотографии.

24. Среди центральных периодических изданий наиболее многочисленные и разнотипные рекламные тексты в период НЭПа публикует газета:

- а. «Известия».
- б. «Огонёк».
- в. «Вечерняя Москва».
- г. «Правда».

25. Журнальным изданием публиковавшим рекламные объявления в период 1930-х гг. являла(ся,ось)сь:

- а. «Правда».
- б. «Огонёк».
- в. «Время».
- г. «Красная Нива».

26. Рекламный приём характерный для газетной рекламы 1930- х гг. – это:

- а. перевёрнутый текст.
- б. редуцирование эмоциональных аспектов.
- в. императивные обороты.
- г. крупноформатный текст.

27. Тематика печатных объявлений публиковавшихся на первых страницах периодических изданий периода Великой Отечественной войны – это:

- а. лозунги.
- б. торговая реклама.
- в. зрелищная реклама.
- г. предложение услуг.

28. Рубрика газетных объявлений периода Великой Отечественной войны носила название:

- а. «Сегодня в кинотеатрах»
- б. «Советскому покупателю»
- в. «Витрина»
- г. «Новости – реклама».

29. Основной функцией газетной рекламы периода «оттепели» являлась:

- а. информационная.
- б. культурная.
- в. менеджментная.
- г. конкурентная.

30. Рубрика журнальной рекламы периода «оттепели» называлась:

- а. «Новые товары».
- б. «Рекламная страница».
- в. «Для дома, для семьи».
- г. «Рекламная смесь»

### 8.3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

#### *Критерии оценивания ответа студента на зачете*

Характеристика ответа	Баллы
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют	21-25

выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Зачет проводится в устной форме.

### ***Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине***

1. Протореклама как историко-культурная предпосылка рекламной деятельности.
2. Реклама в античном обществе.
3. Реклама в западноевропейской средневековой культуре.
4. Значение появления книгопечатания для развития рекламы.
5. Значение появления журналистики для развития рекламы.
6. Развитие английской рекламы в XIX-начале XX вв.
7. Развитие французской рекламы в XIX-начале XX вв.
8. Развитие немецкой рекламы в XIX-начале XX вв. Промышленно-торговые выставки как рекламный жанр.
9. Развитие Североамериканской рекламы в конце XVIII-середине XIX вв.
10. Развитие Североамериканской рекламы в последней трети XIX вв.
11. Развитие Североамериканской рекламы на рубеже XIX – XX вв.
12. Устная и изобразительная реклама в России доиндустриальной эпохи (до XIX в.).
13. Газетная реклама в России доиндустриальной эпохи (до XIX в.).
14. Лубочная реклама, афиша, вывеска, фирменная арка, малые формы рекламы в России в XIX – начале XX вв.
15. Плакатная реклама, фотореклама и промышленные выставки в России XIX – начале XX вв.
16. Реклама в российской газетной прессе в первой половине XIX в.
17. Реклама в российской газетной прессе в пореформенное время.
18. Реклама в российской газетной прессе в конце XIX – начале XX вв.
19. Российская журнальная реклама и начало теоретического осмысления рекламного процесса в России в XIX – начале XX вв.
20. Особенности рекламной деятельности в эпоху революции и гражданской войны (1917-1920 гг.).
21. Реклама в условиях НЭПа (1921-1929 гг.).
22. Рекламный процесс в СССР в 1930-е гг.
23. Эволюция рекламного процесса во время Великой Отечественной войны и в послевоенные годы.
24. Развитие отечественной рекламной деятельности во второй половине 1950-х – первой половине 1960-х гг.
25. Рекламная ситуация в предперестроечное двадцатилетие (1965-1984 гг.)
26. Реклама периода «перестройки» (1985-1990 гг.)

### **Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)	Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
<p>Компетенции не сформированы.</p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p>«Компетенции сформированы.</p> <p>Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p>Компетенции сформированы.</p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;</li> <li>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий;</li> <li>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;</li> <li>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</li> <li>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знания теоретического материала;</li> <li>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;</li> <li>- неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы;</li> <li>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</li> <li>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</li> <li>- твердые знания теоретического материала.</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития;</li> <li>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</li> <li>- умение решать практические</li> </ul>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</li> <li>- полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;</li> <li>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</li> <li>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</li> </ul>

		задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности.	- умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
<b>Оценка «неудовлетворительно» /незачтено</b>	<b>Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»</b>	<b>Оценка «хорошо» / «зачтено»</b>	<b>Оценка «отлично» / «зачтено»</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### *а) нормативно-правовые документы*

- 1 Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 01.03.2020) "О средствах массовой информации": Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/)
- 2 Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) Электронный ресурс]. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)
- 3 Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ (ред. от 05.05.2014) "О государственном языке Российской Федерации" Электронный ресурс]. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_53749/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/)
- 4 Федеральный закон от 5 апреля 2013 г. № 34-ФЗ "О внесении изменений в статью 4 Закона Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статью 13.21 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях": [Электронный ресурс]. <http://www.garant.ru/news/538999/#ixzz6gA0E6feh>

### *б) основная литература:*

1. Евстафьев, В.А. История российской рекламы: современный период / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 880 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450739> – Библиогр.: с. 763-805. – ISBN 978-5-394-02686-7. – Текст : электронный.
2. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст: электронный.
3. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL:

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298> – ISBN 978-5-238-01462-3. – Текст: электронный.

**в) дополнительная литература:**

1. Муртазина, С.А. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие / С.А. Муртазина, В.В. Хамматова ; Министерство образования и науки России, Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013. – 124 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259068> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-1397-2. – Текст : электронный.

**г) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы**

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам ((требуется регистрация в библиотеке СОГУ):

1. Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ (ЭБД РГБ) (<https://dvs.rsl.ru>).
2. ЭБС «Университетская библиотека online» (<https://biblioclub.ru>).
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» (<http://elibrary.ru>).
4. Универсальная баз данных East View (<https://dlib.eastview.com>). Логин: Khetagurov; Пароль: Khetagurov
5. ЭБС «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru>
6. ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям ([www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru))
7. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
8. Справочная правовая система Консультант Плюс (<http://www.consultant.ru/>).

**д) рекомендуемые интернет-адреса:**

1. <https://fipi.ru/>
2. <http://www.slovari.ru/start.aspx?s=0&p=3050>

## **10. Материально-техническое оснащение дисциплины**

**Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа:** стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, кафедра, доска, ноутбук, колонки, учебно – наглядные пособия. учебно – наглядные пособия. программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.
4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015 (бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2 Факультет журналистики Ауд. 208.

**Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), выполнения контрольных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также самостоятельной работы обучающихся:** стол преподавательский, стул

преподавательский, парты аудиторные, кафедра, интерактивная доска, доска, ноутбук, колонки, учебно – наглядные пособия. программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019.

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2 Ауд. 107., ауд. 208.

**Компьютерный класс:** стол преподавательский, стул преподавательский, парты аудиторные, компьютерные столы, компьютеры, аудиосистема, микрофон, сетевое подключение, доска программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор No 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Система тестирования Sunrav WEB Class – договор No468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)

3. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

4. Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний» Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ - договор N 2015611829 от 06.02.2015(бессрочно)

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Ватутина, дом 44-46 Учебный корпус №2. Ауд. 208.

**Библиотека, в том числе читальный зал:** столы, стулья, ПК обучающихся программное обеспечение:

1. Windows 10 Enterprise – договор N 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.

2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Total Security - договор No17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 от от 26.02. 2018 26.02. от 26.02. 2018 2018 от 26.02. 2018 до от 26.02. 2018 14.03.2019

1. [ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»](#)

Договор №171-12,2019 от 10.02.2020 г. срок действия с 10.02.2020 г. по 31.12.2020 г.

2. [Электронная библиотека диссертаций и авторефератов РГБ.](#)

Договор №095/04/0130 от 01.07.2019 г. срок действия с 05.08.2019 г. по 05.11.19 г. В связи с пандемией доступ продлен до 1.12.2020 г.

3. [ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»](#). Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г. (бессрочное)

4. [ЭБС «Консультант студента»](#) .

Договор №208СЛ/01-2020 срок действия с 26.01.2020 г. по 26.02.2021 г.

5. База данных «ЭБС eLibrary». Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758 срок действия с 29.12.2016 г. по 28.12.2026 г.

6. [ЭБС «Юрайт» — образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям](#) .



Договор №32008816384 срок действия с 01.03.2020 г. по 28.02 2021 г.

Российская Федерация. 362025, Республика Северная Осетия-Алания, город Владикавказ, улица Церетели, 16.

#### **11. Лист обновления/актуализации**

Программа обновлена.

1. Обновлен список основной и дополнительной литературы.

2. Обновлен перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

Внесённые изменения и дополнения утверждены на заседании кафедры медиакоммуникаций и мультимедийных технологий

(протокол №10 от «22» мая 2020 г.)

Зав. каф. \_\_\_\_\_ М.Л. Бабочиева

Одобрена советом факультета журналистики

(протокол №5 от «26» июня 2020 г.)

Председатель \_\_\_\_\_ Ф.С. Хабалова