

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

История рекламы и связей с общественностью

---

Уровень высшего образования

Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

---

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

---

Форма обучения

очная, заочная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.14 История рекламы и связей с общественностью относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1: Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2: Умеет вести коммуникацию с представителями иных национальностей и конфессий с соблюдением этических и межкультурных норм.	УК-5.1: Знать основные понятия и теоретические основы философии и законы исторического развития; Уметь использовать законы исторического развития, межкультурного взаимодействия. Владеть межкультурной и межличностной коммуникации, этикой и эстетическими основами;  УК-5.2: Знать основы принципы ведения диалога, национальные особенности, традиции, национальный этикет; Уметь работать в различных сложных условиях, в различных национальных и культурных традициях Владеть навыками поиска и анализа информации по истории предмета, навыками коммуникационного менеджмента.	Дискуссия	Экзамен: Контрольные вопросы
ПК-2: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2.1: Анализирует коммуникационные аспекты работы организации (проекта). ПК-2.2: Владеет техниками организации коммуникационных	ПК-2.1: Знать структуру и методы проведения работы со СМИ ; Уметь планировать различные рекламные, организационные мероприятия;	Контрольная работа	Экзамен: Контрольные вопросы



Тема 1. Понятия «реклама» и «связи с общественностью»: цели, задачи, сущность, общее и различное.	5	9	2	1			2	1	3	8	
Тема 2. Античная политическая протодейтельность СО.	7	9	4	1			4	1	3	8	
Тема 3. Варианты предметно-изобразительной рекламы в городе Помпеи.	5	8	2				2	0	3	8	
Тема 4. Институт глашатайства.	5	8	2				2	0	3	8	
Тема 5. История возникновения рекламы и СО в Европе.	5	8	2				2	0	3	8	
Тема 6. Начало печатной и газетной рекламы в Европе. Эклибрисы.	5	9	2	1			2	1	3	8	
Тема 7. История развития рекламы и СО в Европе в 16-17 веке: Ришелье, Ренодо, Хоутон.	7	8	4				4	0	3	8	
Тема 8. Реклама эпохи Ренессанса и Просвещения.	7	8	4				4	0	3	8	
Тема 9. История и особенности распространения колониальных торгов в Европе. Недобросовестная реклама.	5	8	2				2	0	3	8	
Тема 10. Этапы становления и развития связей с общественностью в США. Бостонское чаепитие. Цирк Барнума.	12	12	6	1			6	1	6	11	
Тема 11. История развития рекламы в России История плаката в послереволюционной России. Агитационно-пропагандистская реклама в СССР.	7	10	2				2	0	5	10	
Аттестация	36	9									
КСР	2	2					2	2			
Итого	108	108	32	4	0	0	34	6	38	93	

### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятия «реклама» и «связи с общественностью»: цели, задачи, сущность, общее и различное.

Культурная протореклама: самоидентификация, символизация, привлечение внимания.

Тема 2. Античная политическая протодейтельность СО.

Элементы политической античной рекламы. Деятельность Цицерона, Цезаря. Риторика, как инструмент воздействия на массы. Культурные сооружения Древнего Рима, Греции. Праздники, шествия, Олимпийские соревнования, гладиаторские бои, парады. Символы на монетах.

Тема 3. Варианты предметно-изобразительной рекламы в городе Помпеи.

Вывески, афиши, альбом, зазывалы, "граффити".

Тема 4. Институт глашатайства.

Функции глашатаев. Герольды. Основы Геральдики. Особенности цеховой эмблематики.

Тема 5. История возникновения рекламы и СО в Европе.

Конфессиональная реклама. Донаторы-спонсоры.

Тема 6. Начало печатной и газетной рекламы в Европе.

Эклибрисы. Политические СО Ришелье. Деятельность Ренодо и Хоутона. Первые периодические печатные издания во Франции и Англии. Цензура.

Тема 8. Реклама эпохи Ренессанса и Просвещения.

Особенности правления Людовика XIV с точки зрения СО. Художники, музыканты, архитекторы, как основные трансляторы воли и настроений власти.

Тема 9. История и особенности распространения колониальных торгов в Европе.

Недобросовестная реклама. Распространение чая и кофе. Первые рекламные листовки.

Тема 10. Этапы становления и развития связей с общественностью в США.

освоение новых территорий. Политические связи с общественностью в период войны за независимость. Бостонское чаепитие. Цирк Барнума. Период пресс-агентов. деятельность Айва Ли. Деятельность Э.

Бернейза. СО как наука.

Тема 11. История развития рекламы в России.

Ярмарочная реклама, зазывалы, коробейники. Деятельность Менцеля. Первые рекламные агентства.

История плаката в послереволюционной России. Агитационно-пропагандистская реклама в СССР.

Коммерческая реклама в СССР.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "ИРисО" (<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4923>).

#### **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

##### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

##### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Дискуссия) для оценки сформированности компетенции УК-5:**

1. Разнообразие дифиниций «Связи с общественностью», «реклама».
2. Что можно назвать «проторекламой»?
3. Начало развития рекламной и деятельности по связям с общественностью.
4. Перспективы развития СО и рекламы в России и мире.
5. Специфика современных СО и рекламы в России.
6. Цнности, этические принципы: необходимость формирования.
7. Пресс-агент, журналист и специалист по связям с общественностью: общее и различное.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Дискуссия)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики.
отлично	Уровень существенно выше среднего с некоторыми ошибками. Подготовлена и хорошо аргументирована самопрезентация.
очень хорошо	В целом хорошая подготовка с рядом заметных ошибок. Подготовлена, но не достаточно хорошо аргументирована самопрезентация.

Оценка	Критерии оценивания
хорошо	Хорошая подготовка, но со значительными ошибками. Подготовлена самопрезентация.
удовлетворительно	Минимально достаточный уровень подготовки. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний
неудовлетворительно	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Необходима дополнительная подготовка
плохо	Подготовка абсолютно недостаточная.

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольная работа) для оценки сформированности компетенции ПК-2:

Вариант 1:

1. Функции рекламы
2. Отличие СО от журналистики

Вариант 2:

1. Этапы развития СО в США
2. Основные виды рекламы в России 9-10 века

Вариант 3:

1. Этические кодексы рекламной и деятельности СО
2. Отличие пропаганды от СО

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольная работа)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Оценка «зачтено» предполагает развернутый ответ на вопрос и предполагает подкрепление теории практическими примерами. Ориентация студента в материале курса. Знание событий в частичном объеме, достаточном для формирования представления об основных процессах и современных проблемах развития связей с общественностью и рекламы.
не зачтено	Оценку «не зачтено» студент получает в случае незнания ответа на вопрос или ошибок в базовых определениях и понятиях. Знание только ключевых моментов из курса: общая осведомленность о основах функционирования технологий связей с общественностью и рекламы.

### 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

#### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой

	<b>отлично</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	<b>очень хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	<b>хорошо</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	<b>удовлетворительно</b>	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	<b>плохо</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-5**

1. PR и реклама: общее и различное. Преимущества и недостатки PR и рекламы.
2. Культовая протореклама: самоидентификация, символизация, привлечение внимания.
3. Варианты предметно-изобразительной рекламы в городе Помпеи.
4. Античная политическая протодейтельность СО: Цицерон, Цезарь
5. Институт глашатайства. Функции глашатаев. Герольды.
6. Конфессиональная реклама. Донаторы.
7. История возникновения рекламы и СО в Европе. Особенности цеховой эмблематики.
8. Начало печатной и газетной рекламы в Европе. Экслибрисы.
9. История развития рекламы и СО в Европе в 16-17 веке: Ришелье, Ренодо, Хоутон.
10. 10.Реклама эпохи Ренессанса и Просвещения. Особенности правления Людовика XIV с точки зрения СО.

#### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-2**

1. История распространения колониальных товаров: чай, кофе, фарфор, специи и т.д.
2. Этапы становления и развития связей с общественностью в США.
3. Бостонское чаепитие.
4. Ф. Барнум и его вклад в развитие СО.
5. Элементы российской проторекламы.
6. Деятельность Э.Бернейза, его вклад в развитие СО и рекламы.
7. Деятельность Уонамейкера и Пауэрса, их вклад в развитие СО и рекламы.
8. Первые ценники. История появления.
9. История развития рекламы в России (до 1917 года).
10. 10.История плаката в послереволюционной России. Агитационно-пропагандистская реклама в СССР

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)**

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Высокий уровень подготовки, безупречное владение теоретическим материалом, студент демонстрирует творческий подход к решению нестандартных ситуаций. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждая теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на занятиях. Превосходная подготовка с очень незначительными погрешностями. Идеальная, продуманная, подготовленная самопрезентация. 100 %-ное выполнение контрольных экзаменационных заданий
отлично	Высокий уровень подготовки с незначительными ошибками. Студент дал полный и развернутый ответ на все теоретические вопросы билета, подтверждает теоретический материал практическими примерами из практики. Студент активно работал на занятиях. Уровень существенно выше среднего с некоторыми ошибками. Подготовлена и хорошо аргументирована самопрезентация. Выполнение контрольных экзаменационных заданий на 90% и выше
очень хорошо	Хорошая подготовка. Студент дает ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Студент активно работал на занятиях. В целом хорошая подготовка с рядом заметных ошибок. Подготовлена, но не достаточно хорошо аргументирована самопрезентация. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 80 до 90%.
хорошо	В целом хорошая подготовка с заметными ошибками или недочетами. Студент дает полный ответ на все теоретические вопросы билета, но имеются неточности в определениях понятий, процессов и т.п. Допускаются ошибки при ответах на дополнительные и уточняющие вопросы экзаменатора. Студент работал на занятиях. Хорошая подготовка, но со значительными ошибками. Подготовлена самопрезентация. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 70 до 80%.
удовлетворительно	Минимально достаточный уровень подготовки. Студент показывает минимальный уровень теоретических знаний, делает существенные ошибки при характеристике нормативно-правовой базы валютного регулирования, но при ответах на наводящие вопросы, может правильно сориентироваться и в общих чертах дать правильный ответ. Студент редко посещал занятия. Подготовлена самопрезентация, удовлетворяющая минимальным требованиям. Выполнение контрольных экзаменационных заданий от 50 до 70%.
неудовлетворительно	Подготовка недостаточная и требует дополнительного изучения материала. Студент дает ошибочные ответы, как на теоретические вопросы билета, так и на наводящие и дополнительные вопросы экзаменатора. Студент пропустил большую часть занятий. Необходима дополнительная подготовка для успешного прохождения экзамена. Не подготовлена самопрезентация.

Оценка	Критерии оценивания
	Выполнение контрольных экзаменационных заданий до 50%.
плохо	Подготовка абсолютно недостаточная. Студент не отвечает на поставленные вопросы. Студент отсутствовал на большинстве лекционных занятий. Подготовка совершенно недостаточна. Выполнение контрольных экзаменационных заданий менее 20 %.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Артамонов Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «реклама и связи с общественностью» / Артамонов Д. С. - Саратов : СГУ, 2019. - 80 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-292-04610-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=728687&idb=0>.
2. Ученова Виктория Васильевна. История рекламы : учеб. для студентов вузов и учреждений дополн. образования. - 2-е изд. - СПб. [и др.] : Питер, 2002. - 304 с. - (Учебники для вузов). - ISBN 5-94723-431-9 : 96.00., 3 экз.
3. Ученова Виктория Васильевна. История рекламы : Учебник / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет журналистики. - 3-е изд. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 495 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01462-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593588&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Евстафьев Владимир Александрович. История российской рекламы. Современный период : Учебное пособие / Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2017. - 872 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-02686-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=621146&idb=0>.
2. Трушина Лариса Евгеньевна. История отечественной и зарубежной рекламы : Учебник. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 244 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-03591-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=632738&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг - российское PR-агентство [электронный ресурс] // [www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

Портал специалистов по рекламе, маркетингу, PR [электронный ресурс] // [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru),

Сайт АКАР ( Ассоциации коммуникационных Агентств России) [электронный ресурс]

<http://www.akarussia.ru/>

Сайт специалистов в области рекламы и связей с общественностью [электронный ресурс] // [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru).

Федеральный Закон РФ о рекламе от 13.03.2006 N 38-ФЗ [электронный ресурс] / <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

Федеральный закон РФ о СМИ [электронный ресурс] // <http://www.sovetnik.ru/documents/smi/>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, специализированным оборудованием: специальные кабинеты, оборудованные мультимедийными средствами обучения; методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.