

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт филологии и межкультурной коммуникации  
Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая



**УТВЕРЖДАЮ**  
Проректор по образовательной деятельности КФУ  
\_\_\_\_\_ Турилова Е.А.  
"\_\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**  
История развития рекламной деятельности

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью  
Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): старший преподаватель, б/с Ильясова Р.И. (Кафедра татаристики и культуроведения, Высшая школа национальной культуры и образования им. Габдуллы Тукая), RShyasova@kpfu.ru ; Ильясова Разиля Ирековна

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

<b>Шифр компетенции</b>	<b>Расшифровка приобретаемой компетенции</b>
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- схематично как анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;
- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;
- Знает основные тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса

Должен уметь:

- находить и критически оценивать информацию, необходимую для решения задачи;
- соблюдать принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов;
- учитывать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Должен владеть:

- в общем виде навыком отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать некоторые собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения;
- базовыми методами определения тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов;
- базовыми навыками использования достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

**2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.10.02 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Бренд-коммуникации и дизайн рекламы)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 1 курсе в 1 семестре.

**3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 71 часа(ов), в том числе лекции - 34 часа(ов), практические занятия - 36 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 1 часа(ов).

Самостоятельная работа - 28 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 1 семестре.

**4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

N	Разделы дисциплины / модуля	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тельная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. 1. Раздел. Введение в историю рекламы	1	10	0	14	0	0	0	10
2.	Тема 2. 2. Раздел. История американской рекламы и PR.	1	12	0	10	0	0	0	10
3.	Тема 3. 3. Раздел. История отечественной рекламы и PR	1	12	0	12	0	0	0	8
	Итого		34	0	36	0	0	0	28

**4.2 Содержание дисциплины (модуля)**

**Тема 1. 1. Раздел. Введение в историю рекламы**

Реклама: основные определения, понятия и категории. Зарождение рекламы и ее развитие в первобытном обществе. Реклама в Античном обществе. Реклама в Древнем мире. Развитие рекламы в западноевропейской средневековой культуре. Изобретение печати и его роль в развитии рекламы. Формирование новых жанров рекламы в XVI-VII вв. Развитие западноевропейской рекламы (Англия, Франция, Германия) XVIII - XIX вв. Влияние структурных изменений в мировой экономике на развитие рекламы. Печатная и наружная реклама в европейских городах. Сотрудничество искусства и рекламы. Афиши Жуля Шере, Тулу Лотрека и Альфонса Мухи в рекламной деятельности. Национальные особенности истории развития рекламы в различных европейских странах.

**Тема 2. 2. Раздел. История американской рекламы и PR.**

История американской коммерческой рекламы. Идеи "отца-основателя" американской рекламы Б. Франклина и их реализация в газете "Pennsylvania Gazette" и другие издания. Афиши Барнума. Волни Палмер и первое рекламное агентство в США. Альбер Ласкер и его знаменитые рекламные кампании ("Sunkist", "Lucky strike", "Kotex"). Раймонд Рубикам и его научный подход к рекламе. Идеи и новые методы Клода Хопкинса. Идея уникального торгового предложения? Россера Ривза. Понятие Уникального эмоционального предложения и уникального ценностного предложения. Креативная революция в американской рекламе 1960-х годов (Д. Огилви, У. Бернбах, Л. Барнетт и др.). История социальной и политической рекламы в США. Основные образы, используемые в политической рекламе в США. Технические новинки на службе американских политиков: от газет к "радиовыборам" и телевизионным роликам. Самые известные предвыборные ролики США ("Эйзенхауэр отвечает Америке", обращение Жаклин Кеннеди на испанском, борьба Рейгана с медведем и др.). Правовая регламентация социальной политической рекламы в США. Тематическая эволюция американской социальной рекламы (борьба за и против "Сухого закона", дискредитация коммунистических идей, борьба за права афроамериканцев, экология и защита окружающей среды).

**Тема 3. 3. Раздел. История отечественной рекламы и PR**

Элементы российской проторекламы. Основные виды древнерусской рекламы. Появление первых печатных рекламных объявлений при Петре I. Эволюция формы и содержания объявлений в российской печати. Правовая регламентация рекламной деятельности в Российской империи. Первые опыты социальной рекламы в России: Петр I против бород, Екатерина Великая против оспы, русское общество против голода. Плакаты в поддержку славян, семей военнослужащих и беженцев (конец XIX- начало XX века). Создание Государственной Думы в 1905 году и появление российской политической рекламы. Политическая реклама в 1917 году и выборы в Учредительное собрание. Ликвидация безграмотности. Совместные рекламные работы Владимира Маяковского и Александра Родченко. Авангард и реклама. Реклама во время первых пятилеток. Влияние соцреализма на рекламу. Индустриализация и техника безопасности. Коллективизация и борьба с "кулачеством". Патриотическая социальная реклама во время Великой Отечественной войны. Реклама и пропаганда "поднятой целины", БАМа. Появление советского "экологического плаката". Эволюция отображения идеалов семьи, гендерных и национальных стереотипов в советской социальной рекламе. Спорт и борьба с алкоголизмом в советской пропаганде. "Западное" и "ленинское" понимание слов "агитация" и "пропаганда". Основные темы агитации и пропаганды в СССР: от продвижения идеи мировой революции и брежневской "защите мира". Формирование культа личности И.В. Сталина, отказ от него после XX съезда партии и идеологическое возвращение к "истинному ленинизму". Пропаганда необходимости "перестройки" и "гласности" во время правления М.С. Горбачева. Эволюция образа США в советской пропаганде. Ключевые политические слоганы и кампании 1990-х годов ("Голосуй или проиграешь", "Голосуй сердцем и др.). Предвыборные ролики: яркие образцы, правила построения, основные приемы воздействия.

##### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

История рекламы. Назайкин А. - [http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/\\_istoria.htm](http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/_istoria.htm)

Научная электронная библиотека - <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?>

Образовательная платформа - <https://biblio-online.ru/>

##### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Все о рекламе. Назайкин А. - [http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/\\_istoria.htm](http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/_istoria.htm)

Образовательная платформа "Юрайт" - <https://biblio-online.ru/>

Цифровой образовательный ресурс - <https://www.iprbookshop.ru/>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	К занятиям лекционного типа относятся лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем. Лекция представляет собой последовательное изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. Цель лекционного занятия - организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом учебной дисциплины (модуля). На лекциях, проводимых в интерактивном режиме, излагаются теоретические вопросы рекламной деятельности предприятия.
практические занятия	На практических занятиях проходят дискуссии, защищаются результаты научноисследовательских проектов студентов, проводится тестирование. При проведении практического занятия студент обязан выполнить все практические задания, выданные преподавателем. При оценке работы студента учитывается качество его подготовки к занятиям и работы в аудитории, активность во время проведения занятий, своевременность и качество выполнения практических заданий.
самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов включает подготовку к опросу на семинарских занятиях (всего 4 опроса). Для этого обучающиеся должны изучить лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Эффективность подготовки к опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу



Вид работ	Методические рекомендации
экзамен	<p>При подготовке к экзамену целесообразно:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;</li> <li>- внимательно прочитать рекомендованную литературу;</li> <li>- составить краткие конспекты ответов (планы ответов)</li> </ul> <p>Следует запоминать термины и категории, поскольку в их определениях содержатся признаки, позволяющие уяснить их</p> <p>3 Оставить только те формы промежуточной аттестации, которые предусмотрены учебным планом по дисциплине (модулю)</p> <p>сущность и отличить эти понятия от других. В ходе подготовки обучающимся необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания категорий и реальных профильных проблем. Подготовка к экзамену должна в разумных пропорциях сочетать и запоминание, и понимание программного материала. В этот период полезным может быть общение обучающихся с преподавателями по дисциплине на групповых и индивидуальных консультациях.</p> <p>Подготовку по билету на экзамене надо начинать с того, что помнится лучше всего. Однако, готовясь по одному вопросу, на отдельном листе нужно постоянно кратко записывать и те моменты, которые "всплывают" в памяти и по другим вопросам билета.</p> <p>Во время экзамена обучающиеся могут пользоваться программой дисциплины, а также, с разрешения экзаменатора, справочной литературой.</p> <p>По окончании ответа экзаменатор может задать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы.</p>

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

**11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

**12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Бренд-коммуникации и дизайн рекламы".



*Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.О.10.02 История развития рекламной деятельности*

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

**Основная литература:**

Мандель Б.Р. Психология рекламы: история, проблематика: Учебное пособие: 2 - Москва: Издательство 'Флинта', 2019 - 272 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=342796>

Ромат Е.В. Реклама: История. Теория. Практика: Учебник: 5-е изд. - М. и др.: Питер, 2002 - 544с.

Савельева О. О. Живая история российской рекламы - М.: Гелла-принт, 2004 - 263 с.

Трушина Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник: 2 - Москва: Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К', 2020 - 244 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=358548>

Ученова В. В. и др. История рекламы: детство и отрочество - [Москва]: Смысл, [1994] - 96 с. - URL: <http://allfind.kpfu.ru/r/RU05CLSL05CBOOKS030205C49672>

Шестаков Ю.А. История рекламы: Учебное пособие: 1 - Москва: Издательский Центр РИОР, 2021 - 259 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=362408>

**Дополнительная литература:**

Артамонов, Д. С. История рекламы и PR: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению 'реклама и связи с общественностью. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2019. -80 с.

Васильева Л. А. Реклама: Учебное пособие Саратов: Вузовское образование, 2016. - 102 с.

Евстафьев, В. А. История российской рекламы. Современный период: Учебное пособие / Евстафьев В.А., Пасютина Е.Э., - 2-е изд. - Москва :Дашков и К, 2017. - 872 с

Лукьянчикова М. В. Бердникова Э. Н. История рекламы и PR в США: Учебник. Ridego, 2018. 194 с.

Тангейт М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт - 'Альпина Диджитал', 2007. -430 с.

Трубникова Н., Савельева О. Всеобщая история рекламы. М: Дашков и К0, 2019. - 452 с.

Увлекательный мир московской рекламы XIX-начала XX века : [Альбом] / Музей истории Г. Москвы; [Авт.-сост. Карась Н.М.]. - Москва : [б. и.], 1996. - 75 с.

Фролов В. В. История отечественной рекламы XX-XXI веков: Учебное пособие. Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. 74 с.

Чередниченко, С. И..История и теория рекламы : теорет. курс авториз. излож. / С.И. Чередниченко ; Моск. экстер. гуманитар. ун-т. - Москва : МЭГУ, 1992. - 169 с

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.О.10.02 История развития рекламной деятельности

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации и дизайн рекламы

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.