

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



Программа дисциплины

История развития рекламной деятельности: мировой и отечественный опыт

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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): доцент, к.н. Гайсина Э.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Ealina.Gajsina@kpfu.ru

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

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

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
УК-1	способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- цели и задачи профессиональной деятельности в области рекламы,
- ключевые понятия рекламы; базовые технологии;
- гносеологию рекламы как социального института и социальной технологии,
- основные исторические этапы развития рекламы,
- системные характеристики рекламы в тот или иной исторический период,
- опыт выдающихся рекламистов, рекламных организаций,
- специфику российской рекламы (исторический аспект).

Должен уметь:

- соотносить рекламные материалы с определенным этапом в развитии института рекламы, культурой и историей страны,
- обращаться к историческому опыту в области рекламы в своей профессиональной деятельности.

Должен владеть:

- навыками социально-исторической рефлексии рекламной коммуникации,
- навыками оценки рекламных и иных презентационных материалов на предмет их соответствия исторически сложившимся традициям, нормам и ценностям целевых и нецелевых аудиторий,
- навыками использования исторического опыта развития рекламы для совершенствования своей деятельности в сфере вербальных и визуальных коммуникаций.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.20 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью)" 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 - 34 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 47 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 27 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. Происхождение рекламной деятельности	1	1	0	2	0	0	0	6
2.	Тема 2. Реклама в древнем мире	1	1	0	2	0	0	0	6
3.	Тема 3. Реклама в Средние века	1	2	0	2	0	0	0	6
4.	Тема 4. Реклама в Новое время	1	2	0	2	0	0	0	6
5.	Тема 5. Реклама в Западной Европе и США в XIX в.	1	2	0	2	0	0	0	6
6.	Тема 6. Реклама в XX в.	1	2	0	2	0	0	0	6
7.	Тема 7. Реклама в России ? дореволюционный период	1	2	0	2	0	0	0	6
8.	Тема 8. Реклама в советский период	1	2	0	2	0	0	0	3
9.	Тема 9. Современная российская и мировая реклама	1	2	0	2	0	0	0	2
	Итого		16	0	18	0	0	0	47

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Происхождение рекламной деятельности

Происхождение рекламной деятельности.

Введение в дисциплину. Основные понятия. Реклама как социальный институт, социальная технология, бизнес, деятельность. История рекламы как часть всеобщей истории. История рекламной коммуникации. Развитие истоков рекламных технологий.

Существование в современном мире тотемов и фетишей.

Общие черты между "знаками авторства" в древнем мире и современными брендами.

Восприятие имен в первобытном обществе.

Тема 2. Реклама в древнем мире

Реклама в древнем мире

Генезис рекламной коммуникации: социокультурные и экономические корни, основные этапы. Предпосылки рекламных технологий у истоков цивилизации. Новые технологии рекламирования.

Жанры античной рекламы.

Письменные носители информации и рекламы в Древнем Риме.

Особенности античной текстовой рекламы.

Античные немедийные коммуникации.

Причины регулирования рекламы в древнем мире.

Тема 3. Реклама в Средние века

Реклама в Средние века

Социокультурные условия развития рекламы в Средние века. Символизация общественных практик в Средние века. Реклама ярмарок, городских пространств. Развитие товарных знаков в Средние века. Печатная реклама в Средние века.

Роль средневековых глашатаев в распространении рекламной информации.

Значение уличной рекламы для развития средневековой рекламы.

Геральдика как главный вклад Средневековья в развитие рекламы.

Цеховые event-мероприятия.

Отличия между рыцарской и цеховой геральдикой.

Тема 4. Реклама в Новое время

Реклама в Новое время

Отношения производителей-потребителей в Новое время. Развитие книгопечатной продукции в Новое время.

Печатные афиши, постеры и плакаты в Новое время. Возникновение и развитие новых носителей печатной рекламы - газет и журналов. Первые рекламные агентства.

Информационное бюро как прообраз рекламного агентства.

Первые адресные бюро.

Проблема достоверности рекламы в Новое время.

Первые законы о рекламе.

Тема 5. Реклама в Западной Европе и США в XIX в.

Реклама в Западной Европе и США в XIX в.

Развитие коммуникаций в XIX в. Расширение сфер деятельности рекламных агентств. Развитие торговых марок и брендов в XIX в. Развитие наружной и транзитной рекламы. Новая роль упаковки товаров. Законодательное регулирование рекламы в XIX в.

Маркетинговые задачи упаковки в XIX в.

Первые рекламные ролики.

Зарождение и развитие брендинга в XIX в.

Государственное регулирование рекламной деятельности в XIX в.

Саморегулирование рекламной деятельности в XIX в.

Тема 6. Реклама в XX в.

Реклама в XX в.

Реклама в контексте развития массовой культуры XX в. Новые технологии коммуникации и рекламоносители.

Имиджевая реклама в XX в. Социальная и политическая реклама в XX в.

Имиджевая реклама в XX в.

Эпоха интегрированных коммуникаций.

Первые исследования рекламы.

Постиндустриальный период в развитии рекламы.

Тема 7. Реклама в России ? дореволюционный период

Реклама в России - дореволюционный период

Устная и печатная реклама в дореволюционной России. Лубки как печатный носитель информации. Рекламный плакат и рекламная открытка. Реклама в прессе. Рекламные акции. Организация рекламного дела и правовое регулирование рекламного дела в России. Стилиевые особенности русской рекламы.

Тема 8. Реклама в советский период

Реклама в советский период

Политические и социальные условия развития рекламы после установления советской власти. Пропагандистские и агитационные материалы после 1917 г. Реклама в период НЭПа. Советская реклама в период первых пятилеток.

Советский плакат в период ВОВ. Развитие рекламы в период "оттепели". Период 1960-80-х в развитии советской рекламы. Стилиевые особенности советской рекламы.

Тема 9. Современная российская и мировая реклама

Современная российская и мировая реклама

Рекламные агентства в новой России. Коммерческая, политическая и социальная реклама 90-х гг. Развитие правового регулирования рекламы в новой России. Новые экономические, социальные, политические реалии в развитии российской и мировой рекламы.

Развитие политической и социальной рекламы в постсоветский период.

Регулирование и саморегулирование российской рекламы в постсоветский период.

Развитие профессионального образования в сфере рекламы.

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

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)

globalpoint рекламное агентство - <http://www.globalpointagency.com/main/>

журнал индустрия рекламы - <http://www.ir-magazine.ru/>

журнал практика рекламы - <http://www.prosmi.ru/magazin/practic/>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.
практические занятия	В ходе подготовки к практическим занятиям изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на практическое занятие. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и выпускных квалификационных работ.
самостоятельная работа	Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий. Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.
экзамен	Подготовка студентов к экзамену включает три стадии: самостоятельная работа в течение учебного года; непосредственная подготовка в дни, предшествующие экзамену; подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билете. Прежде всего следует внимательно перечитать учебную программу и программные вопросы для подготовки к экзамену, чтобы выделить из них наименее знакомые. Далее должен следовать этап повторения всего программного материала. На эту работу целесообразно отвести большую часть времени. Следующим этапом является самоконтроль знания изученного материала, который заключается в устных ответах на программные вопросы, выносимые на экзамен. Тезисы ответов на наиболее сложные вопросы желательно записать, так как в процессе записи включаются дополнительные моторные ресурсы памяти. Основным источником подготовки к экзамену является конспект лекций. Учебный материал в лекции дается в систематизированном виде, основные его положения детализируются, подкрепляются современными фактами и нормативной информацией, которые в силу новизны, возможно, еще не вошли в опубликованные печатные источники. Правильно составленный конспект лекций содержит тот оптимальный объем информации, на основе которого студент сможет представить себе весь учебный материал.

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.

Мультимедийная аудитория.

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 "Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
*Б1.О.20 История развития рекламной деятельности: мировой и
отечественный опыт*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Ученова, В. В. Учёнова, В.В. История рекламы : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Журналистика', 'Реклама', 'Связи с общественностью' / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01462-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1025592> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы : учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2023. - 450 с. - ISBN 978-5-394-05234-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082493> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник / Л. Е. Трушина. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. - 244 с. - ISBN 978-5-394-03591-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093527> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Шестаков, Ю. А. История рекламы : учебное пособие / Ю.А. Шестаков. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. - 259 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - DOI: <https://doi.org/10.12737/13532>. - ISBN 978-5-369-01496-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138948> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Евстафьев, В. А. История российской рекламы. Современный период : учебное пособие для магистров / В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина. - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2023. - 928 с. - ISBN 978-5-394-05305-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082702> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Ученова, В. В. Учёнова, В.В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа? учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 'Журналистика' и 'Реклама' / В.В. Учёнова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 248с: цв. ил. - ISBN 978-5-238-01326-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028573> (дата обращения: 26.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.20 История развития рекламной деятельности: мировой и
отечественный опыт*

**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: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

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.