



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИГО
Л.Н. Санникова
06.02.2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАСС-МЕДИА

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация) программы
Коммуникации в цифровой среде

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

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

Магнитогорск
2025 год

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

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой коммуникации
25.12.2024, протокол № 6

Зав. кафедрой _____ Л.Н. Чурилина

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИГО
06.02.2025 г. протокол № 6

Председатель _____ Л.Н. Санникова

Рабочая программа составлена:
доцент кафедры РЯОЯиМК, кандидат филологических наук
_____ А.В.Подгорская

Рецензент:
старший научный сотрудник Научно-исследовательской Словарной
лаборатории НИИ ИАФ ФГБОУ ВО "МГТУ им. Г.И. Носова" РЯОЯиМК, кандидат
филологических наук _____ А.А.Осипова

Лист актуализации рабочей программы

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

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

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

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

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

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

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

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

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Русского языка, общего языкознания и массовой

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

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

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

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

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

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

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

"История" общеобразовательной школы

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

Социология массовых коммуникаций

Язык в контексте культуры

Теория и практика массовой информации

Профессиональная этика журналиста

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

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

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

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-3.2	Применяет средства художественной выразительности в создаваемых медиатекстах и (или) продуктах
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

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

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

5 Образовательные технологии

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

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные и информационные технологии:

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

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

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

На практических занятиях используются:

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

В самостоятельной работе используются:

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

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

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

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

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Балынская, Н. Р. Основы политической рекламы : учебно-методическое пособие / Н. Р. Балынская, Е. М. Зайцева ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2015. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/318> - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

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

- URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1346> - Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

б) Дополнительная литература:

1. Питько, О. А. Великие персоны в рекламе и PR : учебное пособие / О. А. Питько ; МГТУ. - Магнитогорск : МГТУ, 2017. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - Загл. с титул. экрана. - URL: <https://host.megaprolib.net/MP0109/Download/MObject/1569> Макрообъект. - Текст : электронный. - Сведения доступны также на CD-ROM.

в) Методические указания:

Методические указания представлены в Приложении 3

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

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

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

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

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

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

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

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

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

Приложение 1

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает конспектирование лекции.

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

Темы лекций:

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

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов предполагает следующие виды работ.

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

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

V	+	-	?

Пояснение:

«V» — уже знал

«+» — новое

«-» — думал иначе

«?» — не понял, есть вопросы

Темы лекций для составления таблицы «ИНСЕРТ»:

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

II. Составление плана ответа на вопросы для самопроверки.

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

Вопросы для самопроверки:

- Основные направления проторекламы в архаичной культуре: сакральное направление; престижное направление; собственническое направление; демонстративное (ремесленническое) направление.
- Социальные факторы формирования рекламы: культура урбанизма.
- Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела.
- Виды проторекламных письменных текстов (граффити, папирус, восковая табличка, альбум, римская протогазета, афиша).

Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре:

- раннее Средневековье V-X вв. (конфессиональная реклама и СМИ);
- развитое Средневековье XI-XIV вв. (рекламная деятельность глашатаев и герольдов; устное рекламотворчество; изобразительная реклама: цеховая геральдика, торговая и производственная эмблематика, гравюры);
- позднее Средневековье и Возрождение XV-XVI вв. (формы визуализации: вывески, афиши, рукописный каталог)
- Роль изобретения печати в развитии рекламного процесса и СМИ и формирование новых жанров рекламы.
- Основные рекламные жанры эпохи Нового времени (печатный «летучий листок», каталог, проспект и прейскурант, титульные листы книг, индульгенции, печатные афиши, типографские эмблемы и экслибрисы).
- Газетная реклама.
- Рекламные кампании.
- Рекламный процесс в Англии.
- Рекламный процесс во Франции.
- Рекламный процесс в Германии.
- Фольклорная устная реклама на Руси (призывы корабейников, закличка, прибаутка, раешный стих).
- Изобразительные жанры российской проторекламы (лубок, ксилография, живописная вывеска, конклюдии, театральная афиша, массовые народные гуляния).
- Развитие прессы в России. Рукописная протогазета «Куранты».
- Появление печатной газеты в России: первая русская газета – «Ведомости» Петра I.
- Жанр рекламного объявления.
- Реклама в условиях коммерциализации прессы (30-50 гг. XIX в.).
- Газета «Северная пчела». Деятельность Ф.В. Булгарина. Феномен «модульной» и «скрытой рекламы».
- Жанр обращения к читателю в первых русских журналах как форма саморекламы издателя.
- Особенности книжной, образовательной, медицинской рекламы, рекламы табачных изделий, косметики и техники в российских газетах 18, 19 вв.
- Рекламные юмористические рассказы в «Сатириконе» и «Новом Сатириконе» (редактор Аркадий Аверченко).
- Особенности отечественной пропагандистской социальной рекламы 1920-1930 гг.
- Советская кинореклама 1920-х годов.
- Реклама в период ВОВ
- Реклама в СССР 1950-80. Телереклама.
- Социальная реклама в России 1900-1917 гг.

Критериями оценок результатов внеаудиторной самостоятельной работы студента являются:

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

Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов

Критериями оценок результатов самостоятельной работы студента являются:

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

Удовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

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

Неудовлетворительно оценивается самостоятельная работа студента, соответствующая следующим критериям:

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

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

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

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Тестовые задания 1. К какому периоду относится возникновение информационных агентств, специализирующихся на сборе рекламы и её размещении а) Античность б) Средневековье в) Новое время г) Новейшее время 2. Какие из вариантов проторекламы действуют в современности а) Печать б) Акция в) Клеймо г) Тотем 3. Когда зарождается протофирменный стиль а) Средневековье б) Античность в) Древний мир г) Новое время 4. В каком веке появляется книгопечатание а) 13 век б) 15 век в) 16 век г) 17 век 5. Что создается в 1966 году в СССР

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

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

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

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		Задание. Опишите особенности пропагандистской советской социальной рекламы 1920-1930 г.г. Напишите собственный слоган для рекламы ЗОЖ.
ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Тестовые задания 1. Словом «Gazzetta» обозначалась: а) первая ежедневная рекламная газета, вышедшая в США в 19 в.; б) сообщения глашатаев Древнего Рима, а впоследствии герольдов средневековья; в) первая типографская наборная машина, созданная в Англии Б. Фостером в 1815 г.; г) мелкая венецианская газета, которую платили за рукописные «листки сообщений» (16 век). 2. Юлий Цезарь в роли ПР-мейкера прославился своими... - гладиаторскими боями; а) раздачей хлеба и вина; б) раздачей рабов; в) постройкой общественных зданий; г) распоряжением писать отчёты о дебатах в Сенате на стенах. 3. Кипу - это прообраз современных памятных устройств в..... а) Китае; б) Индии; в) Греции; г) Перу; д) Вавилоне. 4. «Думсдейбук» - это..... а) «Книга судного дня»; б) «Книга судеб»;

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		в) «Книга волхвов»; г) «Книга жалоб»; д) «Книга мёртвых». 5. Автор термина «связь с общественностью», впервые его употребивший - а) С. Адамс; б) Д. Вашингтон; в) Буффало Билл; г) Э. Джексон; д) Т. Джефферсон. Перечень вопросов для подготовки к зачету 1. Политическая коммуникация в имперский период (до конца XVIII века) 2. Основные стилистические направления русской рекламы конца XIX-начала XX века. 3. Рождение советской рекламы в период гражданской войны. 4. Формирование имиджа СССР. Пропаганда идей патриотизма. 5. Специфика современных тенденций в мировой практике рекламы. Задание 1. Изучите специфику проторекламы. Какие из вариантов проторекламы действуют в современности? Приведите 3 примера, ответ проиллюстрируйте. Задание 2. Где впервые появляется корпоративная реклама? Опишите ее особенности. На 1 примере современной корпоративной рекламы сформулируйте сходства и различия. Ответ проиллюстрируйте. Задание. В каком веке в Америке создается первое рекламное агентство, каким оно было? Разработайте собственную концепцию рекламного агентства, ответ представьте публично.
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	Тестовые задания 1. Первое ПР-агенство было создано в а) В Лондоне в 1899 г. б) в Нью-Йорке в 1901 г. в) в Новом Орлеане в 1905 г.

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

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

Код индикатора	Индикатор достижения компетенции	Оценочные средства
		поколений!; Вырастим здоровый молодежь. Улучшим охрану здоровья трудящихся. Оздоровление масс есть верный источник к истинной и прекрасной жизни. Здоровое физически и духовно молодое поколение – вечный проводник идей коммунизма. Колхозник – будь физкультурником! Пионер закаляет себя, каждый день делает физкультурную зарядку. Каждый школьник знает четко эту фразу назубок: «Утром встал – зубная щетка, а за ней порошок». Работница, борись за чистую столовую, за здоровую пищу. Советские физкультурники – гордость нашей страны. Здоровые родители – здоровое потомство. Алкоголь губит жизнь. Алкоголь предрасполагает к болезням – не употребляйте спиртных напитков. Яд самогон отравляет здоровье трудящихся. Никотин – яд! Человек от папиросы не умирает, в виду небольших количеств никотина, вдыхаемого за раз. Но капля по капле долбит камень и потому здоровье курильщика, в конце концов, расстраивается. Курение табака – дорогое и вредное дело для здоровья и хозяйства. За здоровье! Не бери в рот чужих стаканов, ложек, вилок, окурков и пр. Не вытирайся полотенцем чужим, могли и больные пользоваться им. Кто свое здоровье любит, грязь кому нелегко – наблюдайте, чтобы в клубе соблюдали чистоту. Долой рукопожатия! Без рукопожатий встречайте друг друга и провожайте. Задание. Напишите рекламный юмористический (сатирический) рассказ от редакции одного из современных журналов. Цель саморекламы — привлечь как можно больше подписчиков. Для этого необходимо убедить публику в том, что 1) данное издание лучше других; 2) быть подписчиком данного издания а) выгодно, б) полезно, в) удобно; 3) данное издание популярно в обществе, и каждый уважающий себя человек должен стать его подписчиком.

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

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

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

Студенты допускаются к сдаче экзамена при выполнении условий:

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

Подготовка студента к экзамену включает в себя три этапа:

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

Литература для подготовки к экзамену рекомендуется преподавателем.

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

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

Показатели и критерии оценивания экзамена:

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

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

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

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

Методические указания

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

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

Для успешного выполнения этой работы советуем:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- Каждую неделю отводите время для повторения пройденного материала.

Непосредственно при подготовке:

- Упорядочьте свои конспекты, записи, задания.

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

- Составьте расписание с учетом скорости повторения материала, для чего

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

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