Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.12 «Введение в рекламу»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Старший преподаватель Богуславский Сергей Михайлович
Старший преподаватель Камоза Татьяна Михайловна
Доцент к.э.н.,,доцент Исаев Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.12 «Введение в рекламу» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-14	Способность под контролем моделировать и разрабатывать рекламный продукт, используя методы создания визуального контента	ПК ОС LA- 14.2	Способность разрабатывать композиционное решение рекламного продукта с помощью методов создания визуального образа
ПК ОС LA-15	Способность демонстрировать адекватное решение профессиональных задач в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA-15.2	Способность разработки средств продвижения рекламного продукта.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Выбор методологии и инструментов; создание контента	ПК ОС LA-14.2	на уровне знаний: - правила композиции рекламного продукта. - методы проектирования рекламного продукта. - выразительные и художественные средства рекламы, приемы и принципы составления рекламного текста
		на уровне умений: -создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью. - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта. - разрабатывать композиционное решение рекламного продукта - использовать выразительные и изобразительные средства при моделировании рекламы, составлять рекламные тексты
		на уровне навыков: - навыками использования приемов создания

		рекламы - навыками использования художественных форм реализации рекламной идеи - навыками использования методов создания визуального образа
Выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-15.2	на уровне знаний: - основы менеджмента рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - основы медиапланирования и оперативного планирования рекламной работы и деятельности по связям с общественностью; - принципы, технологии и правила, проектирования и создания рекламы и работы в сфере связей с общественностью
		на уровне умений: - применять компьютерные технологии при создании рекламного продукта, при производстве рекламного продукта. - анализировать результаты исследований. - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта
		на уровне навыков: - навыками разработки средств продвижения рекламного продукта - приемами выявления требований целевых групп потребителей - приемами разработки средств продвижения рекламного продукта

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 3 ЗЕ, т.е. 108 ак.ч./81 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.12 «Введение в рекламу», 2 курс, 4 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: «Культура XX века», «Введение в маркетинг», «История рекламы и паблик рилейшнз»

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.	Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***

		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Природа и сущность предпринимательской деятельности	8/6			4/3		4/3	Д
Тема 2	Зарождение и развитие теории предпринимательства	12/9			4/3		8/6	О, Д, Э
Тема 3	История рекламы	12/9			4/3		8/6	О,Д
Тема 4	Зарубежное и отечественное предпринимательство	28/21			12/9		16/12	ДЗ, Э
Тема 5	Благотворительность, меценатство, спонсорство	12/9			4/3		8/6	О, Д
Промежуточная аттестация		36/27						Экзамен
	Всего:	108/81			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Природа и сущность предпринимательской деятельности

Понятие предпринимательства в специальной и справочной литературе. Разнообразие подходов и трактовок. Происхождение предпринимательской деятельности. Виды и формы предпринимательства. Понятие предпринимательской среды. Отличия предпринимательства от других видов человеческой деятельности. Роль национального фактора в формировании и развитии предпринимательской деятельности. Преобразующая роль предпринимательства в обществе: воздействие на экономический, социальный, технический прогресс.

Личность предпринимателя, основные её характеристики. Соотношения врожденных и приобретённых качеств личности предпринимателя. Мотивы и условия предпринимательской деятельности.

Тема 2. Зарождение и развитие теории предпринимательства

Деловая и хозяйственная жизнь в понимании мыслителей античного мира: Платона, Аристотеля. Предпринимательство во взглядах богословов эпохи средневековья. Фома Аквинский, его оценка торговли, купечества, ростовщичества. Предпринимательство в учении зарубежных и отечественных меркантилистов. И. Т. Посошков, его взгляды на торговлю и купечество. Р. Кантильон, своеобразие, новизна его взглядов. Предпринимательство и предприниматель в трактовке А. Смита и Д. Риккардо.

Классические теории предпринимательства: Й. Шумпетер, В. Зомбарто, М. Вебер. Частная предпринимательская деятельность в понимании и освещении российских ученых и государственных деятелей XIX - начале XX вв. Мировой экономический кризис конца 1920-х начала 1930-х гг. и изменения в теории предпринимательства. Дж. М. Кейнс, его взгляды. Современные учения о предпринимательстве, их новизна и преемственность. Концепции Дж. К. Гэлбрейта, Ф. Хаека, П. Друкера

Тема 3. История рекламы

Понятие о видах и формах рекламной деятельности. Комплекс элементов рекламной коммуникации. Условия зарождения и развития рекламных коммуникаций. Исторические примеры успешного рекламного сопровождения бизнес-программ.

Тема 4. Зарубежное и отечественное предпринимательство

Деловая жизнь в античной и восточных цивилизациях. Сравнительный анализ.

Хозяйственная и деловая жизнь восточных славян. Торгово-предпринимательская деятельность Киевской Руси. Происхождение и развитие русского купечества. Облик купца на Руси и на Западе. Купеческие корпорации Новгорода. Сравнительный анализ деловой жизни Новгорода и Киева. Древнерусские города, их роль и значение в становлении предпринимательской деятельности. Города на Руси, в Европе и на Востоке: общие и отличительные черты. Древний Новгород: особенности деловой жизни. Власть, собственность и предпринимательство.

Татаро-монгольское нашествие, разрушение достижений деловой и хозяйственной жизни Киевской Руси. Возрождение и развитие ремесла и торговли в Московской Руси. Правовое и финансовое обеспечение предпринимательской деятельности. Ментальность русского купечества эпохи Московской Руси. Экономические причины возвышения Московского княжества. Основные направления внешней торговли. Основные типы предпринимателей этой эпохи («гости нарочитые», гостиная и суконная сотни).

Освоение новых территорий и предпринимательство. Присоединение Сибири. Накопление капитала в Европе и в России.

Торговля в эпоху первых Романовых. Уложение 1649 г. Торговый (1653 г.) и Новоторговый (1667 г.) уставы Алексея Михайловича. Начало промышленного предпринимательства на Руси. Первые мануфактуры. Складывание династий (Строгановы).

Участие церкви в предпринимательской деятельности (монастырское предпринимательство).

Реформы Петра I в области финансов, промышленности, торговли, в области управления экономикой и изменения в деловой и хозяйственной жизни страны. Зарождение и начало развития промышленного предпринимательства. Внедрение опыта европейских стран в российское предпринимательство: проблемы, трудности, противоречия. Соотношение казенного и частного предпринимательства. Соотношение азиатского и европейского в торгово-промышленных преобразованиях Петра I. Изменение положения купечества и создание нового предпринимательского класса. Гильдейская реформа. Роль государства в формировании предпринимательских династий (Демидовы).

Экономическая политика государства и предпринимательство в послепетровскую эпоху. Расширение социальной базы предпринимательства (гильдейская реформа, дворянское предпринимательство, «капиталистые» мужики).

Отмена монопольных привилегий компаний и частных лиц Екатериной II.

Зарождение акционерного дела. Российско-американская компания на Аляске, её деятельность. Противоречия нарождающегося предпринимательства и традиционного российского общества, крепостничества.

Влияние реформ Александра II на развитие рыночных отношений, свободного предпринимательства. Структурные и региональные изменения в экономике.

Формирование и развитие рынка труда и капитала. Промышленное развитие России в пореформенный период

Освоение новых экономических районов иностранными и отечественными предпринимателями.Реформы С. Ю. Витте и развитие финансово-промышленного предпринимательства, железнодорожного транспорта. Рост акционерного и биржевого дела. Изменения в составе и менталитете российских деловых кругов. Благотворительность и меценатство. Политика и предпринимательство. Возникновение «финансовой олигархии». Реформы П. А. Столыпина и аграрное предпринимательство: проблемы, трудности, результаты. Расцвет кооперативного движения, как особой формы предпринимательства.Предпринимательство в годы Первой Мировой войны. Участие крупного капитала в деятельности Центрального военно-промышленного комитета. Судьба российского предпринимательства в октябре 1917 гВозрождение частного предпринимательства, частной торговли. Преобразование в аграрном секторе экономики, их последствия. Свёртывание новой экономической политики. Причины, последствия. Разрушение ростков рыночной экономики, частного предпринимательства. Складывание и развитие планово-директивной, командно-административной экономики. Особенности предпринимательской деятельности в условиях формирования административно-командной системы (1929-1953 гг.). Предпринимательство в период хрущевской «оттепели» (1954-1963 гг.) и брежневского «застоя» (1964-1984 гг.). Расцвет «теневой экономики» и ее влияние на экономическое развитие страны. Перестройка М. С. Горбачёва и возрождение предпринимательстваСоздание частного сектора экономики. деятельности» (декабрь 1990г.).Начало приватизации, её номенклатурная сущность. Новые формы хозяйствования. Преобразования в финансовой сфере. Земельная реформа и изменения в аграрном секторе экономики. Возникновение фермерских хозяйств. Противоречия и трудности нарождающегося предпринимательстваФормирование российского бизнес слоя: источники, социально-психологические характеристики.

Дефолт 1988г. и его последствия.

Формирование и усиление «олигархического капитала». Проблемы становления и развития малого бизнеса. Бизнес-инкубаторы. Общественные объединения и организации предпринимателей.

Влияние процессов глобализации на состояние предпринимательства.

Перспективы развития предпринимательства в России.

Тема 5. Благотворительность, меценатство, спонсорство

Основные этапы становления благотворительности и меценатства в России. Формы и виды благотворительной деятельности. Деятельность благотворительных обществ в России. Частная благотворительность и меценатство.

Религиозно-этические и социальные мотивы благотворительности российского купечества. Церковная благотворительность и ее оценка. Основные мотивы социальной благотворительности.

Значение благотворительной деятельности в решении социальных проблем общества и развитии отечественной культуры.

Спонсорская поддержка и спонсорская деятельность российских предпринимателей.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.12 «Введение в рекламу» используются

следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
домашние задания, эссе

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Понятие предпринимательства в специальной и справочной литературе. Разнообразие подходов и трактовок.
2. Виды и формы предпринимательства.
3. Преобразующая роль предпринимательства в обществе: воздействие на экономический, социальный, технический прогресс.
4. Личность предпринимателя, основные её характеристики.
5. Мотивы и условия предпринимательской деятельности.
6. Деловая и хозяйственная жизнь в понимании мыслителей античного мира: Платона, Аристотеля.
7. Предпринимательство во взглядах богословов эпохи средневековья. Фома Аквинский, его оценка торговли, купечества, ростовщичества.
8. Предпринимательство в учении зарубежных и отечественных учёных.
9. Современные учения о предпринимательстве, их новизна и преемственность.
10. Предпринимательство в Киевской Руси (IX - XII вв.).
11. Предпринимательство в Великом Новгороде (XII - XV вв.).
12. Предпринимательство в эпоху становления Московского царства (XIV - XV вв.).
13. Предпринимательство в эпоху Ивана Грозного (1533 – 1584 гг.).
14. Предпринимательство в эпоху первых Романовых (XVII в.).
15. Реформы Петра I и их влияние на развитие предпринимательства в России
16. Судьба предпринимательства в 18 веке.
17. Реформы 19 века и предпринимательство в России.
18. Положение предпринимательства в 20 веке.
19. Возрождение предпринимательства в современной России.

Темы эссе:

1. Важнейшие торговые пути в Древнерусском государстве.
2. Династии предпринимателей (на выбор студента).
3. Отмена крепостного права и её влияние на развитие предпринимательства в России.
4. Иностранные предприниматели в России (временной период и конкретные личности на выбор студента).
5. Монополии в России на рубеже XIX-XX вв.
6. История банковской системы (временной промежуток и примеры конкретных банков на выбор студента).

7. История кооперативного предпринимательства в России (конкретные примеры на выбор студента).
8. История и современное состояние компании (конкретное предприятие на выбор студента).
9. История коммерческой рекламы за рубежом (студент может выбрать временной промежуток и конкретную страну).
10 История социальной рекламы за рубежом (студент может выбрать временной промежуток и конкретную страну).
11. История политической рекламы за рубежом (студент может выбрать временной промежуток и конкретную страну).
12. История коммерческой рекламы в России (студент может выбрать временной промежуток).
13. История политической рекламы в России (студент может выбрать временной промежуток).
14. История социальной рекламы в России (студент может выбрать временной промежуток).
15. Примеры успешных рекламных кампаний (студент может выбрать временной промежуток и конкретную страну).
16. Молодёжь и бизнес в современной России.
17. Социальные функции современного российского предпринимательства.
18. Региональные особенности российского предпринимательства.
19. Инновационное предпринимательство.
20. Социально-психологические аспекты современного российского предпринимательства.
21. История русских денег.
22. Русский средневековый город - центр ремесла и торговли.
23. История биржевого дела в России и современность.
24. Русские меценаты (анализ деятельности одного из известных меценатов на выбор студента)
25. Зарубежные меценаты (на выбор студента)

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-14	Способность под контролем моделировать и разрабатывать рекламный продукт, используя методы создания визуального контента	ПК ОС LA- 14.2	Способность разрабатывать композиционное решение рекламного продукта с помощью методов создания визуального образа

ПК ОС LA-15	Способность демонстрировать адекватное решение профессиональных задач в области маркетинга, рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA-15.2	Способность разработки средств продвижения рекламного продукта.

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
2 этап (код этапа ПК ОС LA -14.2)	Умеет сформулировать визуальный образ продукта	Студент в состоянии понять как должен выглядеть рекламный продукт визуально
2 этап (код этапа ПК ОС LA - 15.2)	Определяет основные инструменты продвижения продукта	Демонстрирует понимание основных средств продвижения продукта

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для экзамена:

1. Русские меценаты (анализ деятельности одного из известных меценатов на выбор студента)
2. История банковской системы
3. История социальной рекламы в России
4. Примеры успешных рекламных кампаний
5. Молодёжь и бизнес в современной России.
6. Социальные функции современного российского предпринимательства.
7. Региональные особенности российского предпринимательства.
8. Инновационное предпринимательство.
9. Личность предпринимателя, основные её характеристики.
10. Мотивы и условия предпринимательской деятельности.
11. Деловая и хозяйственная жизнь в понимании мыслителей античного мира: Платона, Аристотеля.
12. Предпринимательство во взглядах богословов эпохи средневековья. Фома Аквинский, его оценка торговли, купечества, ростовщичества.
13. Предпринимательство в учении зарубежных и отечественных учёных.
14. Современные учения о предпринимательстве, их новизна и преемственность.
15. Предпринимательство в Киевской Руси (IX - XII вв.).
16. Предпринимательство в Великом Новгороде (XII - XV вв.).
17. Возрождение предпринимательства в современной России.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на экзамене оцениваются по следующей шкале:
«*отлично*» – 5,
«*хорошо*» – 4,
«*удовлетворительно*» – *3*,
«*неудовлетворительно*» – 2.
Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 14 и ПК ОС LA – 15 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Введение в рекламу» изучается на протяжении одного семестра и завершается экзаменом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов,

развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.
Эссе	Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения

	письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы. В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса. Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов. Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.

Эссе.

Эссе (от фр. Essai – попытка) – это небольшое произведение научного или критического характера, посвящённое какому-либо актуальному вопросу. Содержание и структура эссе определяются автором, который, излагая свой взгляд на рассматриваемую проблему, стремится убедить читателя принять (разделить с ним) его позицию. Задача автора – описать состояние какой-то научной проблемы, какого-то явления и «навязать» читателю своё представление об этой проблеме или этом явлении.

Эссе является одной из возможностей изложения результатов собственного научного исследования. В отличие от реферата жанр эссе предполагает выражение собственного мнения по теоретической проблеме, это результат анализа (размышления, рефлексии) автора по определённой теме, представляющей научный интерес.

Структура работы предполагает формулировку проблемы и целей исследования, определения актуальности выбранной проблематики и изложения сведений по теме. При этом текст имеет свободную структуру, т.е. последовательность изложения отдельных вопросов определяет сам автор.

Как и любая научная работа, эссе должно иметь смысловую целостность, связность и законченность. Научные тексты различных жанров строятся по единой логической схеме. В основании этой схемы находится главный тезис – утверждение, требующее обоснования; тезис включает в себя предмет речи (то, о чем говорится в тексте) и главный анализируемый признак (то, что говорится об этом предмете). Доказательствами главного тезиса являются аргументы (доводы, основания, приводимые в доказательство), количество которых зависит от жанра и объема научного текста. Для более полной аргументации тезиса необходимы также иллюстрации – примеры, подтверждающие выдвинутые теоретические положения.

Текст научного стиля завершается выводом (резюме), в котором содержится аналитическая оценка проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейших изысканий.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении – резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения научно-популярный, т.е. обязательно использование научных терминов, в то же время допускается публицистичность высказывания, эмоциональность, экспрессивность и образность.
4. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование тире.
5. ОБЪЁМ ЭССЕ может быть от 3 до 10 страниц машинописного текста (Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал 1,5, поля: слева 3 см, вверху и внизу – по 2 см, справа – 1,5 см.).
6. Обязателен заголовок.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Дмитриева Л.М., Бернадская Ю.С., Костылева Т.А., Марочкина С.С., Ткаченко Н.В.	Социальная реклама	ЮНИТИ-ДАНА	2012	http://www.iprbookshop.ru/34509
Кузнецов П.А.	Политическая реклама. Теория и практика	ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52633
без авторов	Основы рекламы. Учебное пособие.	Научная книга	2012	http://www.iprbookshop.ru/8216

6.2. Дополнительная литература.

Васильева Е.А.	Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей (2-е издание)	Дашков и К	2012	http://www.iprbookshop.ru/5998
Чумиков А.Н.	Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд	Аспект Пресс	2012	http://www.iprbookshop.ru/8976

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Агромщенков А. В., Мячин А. Н., Першиков А. Н. Предпринимательство в России: история и современность – учебное пособие. – СПБ., 2010. – 284 с.
2. Российское государство от истоков до XIX века: территория и власть / Отв. ред. Ю.А. Петров. – М., 2012.
3. Тимошина Т.М. Экономическая история России: Учебное пособие. – М., 2011.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

	Сайты предпринимательских организаций	
1	Торгово-промышленная палата РФ	http://www.tpprf.ru/
2	Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России»	http://www.opora.ru
3	Общероссийская организация Деловая Россия	http://www.deloros.ru
4	Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)	http://www.рспп.рф
	Учебные пособия, статьи	
1	Безрукова Т. Л., Лещева О. Е., История предпринимательства	http://lerc.ru/?part=bulletin&art=8&page=26
2	История предпринимательства// Энциклопедия начинающего предпринимателя	http://budgetfinances. ru/predprim/-70
3	Новиков А. А. История российского предпринимательства: Учебный курс (учебно-методический комплекс)	http://www. e-college.ru/xbooks/xbook034/book/index/index. html? go=part-003*page. htm
4	Сметанин С. И. История предпринимательства в России: Курс лекций	http://www. knigafund.ru/books/17873

1. www.nnir.ru / - Российская национальная библиотека
2. www.nns.ru / -Национальная электронная библиотека
3. www.rsi.ru / - Российская государственная библиотека
4. www.aport.ru / - Поисковая система
5. www.rambler.ru / - Поисковая система
6. www.yandex.ru / - Поисковая система

6.6. Иные источники.

1. Бессолицын А.А. История российского предпринимательства. Учебник. – М., 2013.
2. Черняк В. История предпринимательства. – М., 2010. – 608 с.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).