

**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» мая 2019 г. № 9

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Б1.О.29 «Введение в рекламу»**  
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

---

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

---

(направленность (профиль))

Бакалавр

---

(квалификация)

Очная

---

(форма обучения)

2019

---

(год набора)

Москва, 2019 г.

**Автор(ы)–составитель(и):**

Старший преподаватель  
Старший преподаватель  
Доцент к.э.н., доцент

Богуславский Сергей Михайлович  
Камоза Татьяна Михайловна  
Исаев Сергей Михайлович

Заведующий кафедрой  
политических и общественных  
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликио

## 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.О.28 «Введение в рекламу» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1 этап: ОПК – 4.1	Способность взаимодействовать с целевой аудиторией и авторами с учетом особенностей новых СМИ как коммуникативного пространства

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

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
1 этап: ОПК – 4.1	на уровне знаний: - о терминологическом вокабуляре соответствующих дисциплинарных полей и совокупность инструментов, релевантных современному состоянию развития соответствующих культурных индустрий; - об особенностях современного развития информационных технологий, использование которых умножает эффективность исследовательского потенциала профессиональной деятельности в области журналистики; - о сочетаемости теоретических подходов к изучению норм дигитальной культуры и свидетельств и практической реализации в профессиональной сфере;
	на уровне умений: - использовать классический инструментарий выбранной профессиональной сферы, а также обнаруживать наиболее современные и актуальные технологии, релевантные избранной индустрии и профессии; - вырабатывать навыки отбора тематик и обнаружения аудиторий, релевантных для профессиональной деятельности; - применять на практике рекомендации по управлению коммуникациями и конкретными социолектами;
	на уровне навыков: - использования инструментов, актуальных при выполнении практических задач в рамках коммуникации с целевой аудиторией и авторами; использования знаний в области экономики СМИ при выстраивании взаимодействия с целевой аудиторией и авторами; - навыки различения рекламных и паблик-рилейшенз публикаций и журналистских материалов; - анализа рекламных публикаций с точки зрения экономической эффективности и соответствия юридическим

## 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.О.29 «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	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Природа и сущность предпринимательской деятельности	14/10,5			4/3		10/7,5	Д
Тема 2	Зарождение и развитие теории предпринимательства	14/10,5			6/4,5		8/6	О, Д, Э
Тема 3	История рекламы	14/10,5			6/4,5		8/6	О,Д
Тема 4	Зарубежное и отечественное предпринимательство	16/12			6/4,5		10/7,5	ДЗ, Э
Тема 5	Благотворительность, меценатство, спонсорство	12/9			6/4,5		6/4,5	О, Д
Консультация		2/1,5						
Промежуточная аттестация		36/27						Экзамен
Всего:		108/81			28/21		42/31,5	36/27

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 (Зач), зачет с оценкой (ЗачО) 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. Склады 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, «капиталисты» 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 г. Возрождение частного предпринимательства, частной торговли. Преобразование в аграрном секторе экономики, их последствия. Свёртывание новой экономической политики. Причины, последствия. Разрушение ростков рыночной экономики, частного предпринимательства. Склады 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 её влияние на экономическое развитие страны. Перестройка М. С. Горбачёва и возрождение предпринимательства. Создание 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 предпринимательства. Формирование российского бизнес слоя: источники, социально-психологические характеристики.

Дефолт 1998г. 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.О.28 «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
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	1 этап: ОПК – 4.1	Способность взаимодействовать с целевой аудиторией и авторами с учетом особенностей новых СМИ как коммуникативного пространства

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
1 этап: ОПК – 4.1	Выстраивает коммуникацию в рамках осуществления профессиональной деятельности в новых СМИ	Выстраивает коммуникацию с авторами и целевой аудиторией в рамках осуществления профессиональной деятельности в новых СМИ, верно применяя знания о терминологическом вокабуляре соответствующих дисциплинарных полей и совокупность инструментов, релевантных современному состоянию развития соответствующих культурных индустрий

### 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 – 81-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 61-80%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 41-60%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 40%

### **4.3. Методические материалы**

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](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](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.

<b>Организация деятельности студента по видам учебных занятий</b>	
<b>Вид учебных занятий</b>	<b>Организация деятельности студента</b>
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>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.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>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.</p> <p>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</p>

	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, сверху 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	<a href="http://www.iprbookshop.ru/34509">http://www.iprbookshop.ru/34509</a>
Кузнецов П.А.	Политическая реклама. Теория и практика	ЮНИТИ- ДАНА	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/52633">http://www.iprbookshop.ru/52633</a>
без авторов	Основы рекламы. Учебное пособие.	Научная книга	2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/8216">http://www.iprbookshop.ru/8216</a>

## 6.2. Дополнительная литература.

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

## 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.

<b>Сайты предпринимательских организаций</b>		
1	Торгово-промышленная палата РФ	<a href="http://www.tpprf.ru/">http://www.tpprf.ru/</a>
2	Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России»	<a href="http://www.opora.ru">http://www.opora.ru</a>
3	Общероссийская организация Деловая Россия	<a href="http://www.deloros.ru">http://www.deloros.ru</a>
4	Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)	<a href="http://www.rspn.prf">http://www.rspn.prf</a>
<b>Учебные пособия, статьи</b>		
1	Безрукова Т. Л., Лещева О. Е., История предпринимательства	<a href="http://lerc.ru/?part=bulletin&amp;art=8&amp;page=26">http://lerc.ru/?part=bulletin&amp;art=8&amp;page=26</a>
2	История предпринимательства// Энциклопедия начинающего предпринимателя	<a href="http://budgetfinances.ru/predprim/-70">http://budgetfinances.ru/predprim/-70</a>

3	Новиков А. А. История российского предпринимательства: Учебный курс (учебно-методический комплекс)	<a href="http://www.e-college.ru/xbooks/xbook034/book/index/index.html?go=part-003*page.htm">http://www.e-college.ru/xbooks/xbook034/book/index/index.html?go=part-003*page.htm</a>
4	Сметанин С. И. История предпринимательства в России: Курс лекций	<a href="http://www.knigafund.ru/books/17873">http://www.knigafund.ru/books/17873</a>

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