АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.11 Международный опыт в рекламном бизнесе

Автор: д.филол.н., проф. Евстафьев В.А.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	История рекламы с древних времен. Технический прогресс и рекламный бизнес. Саморегулирование в рекламе. Крупнейшие в мире рекламные холдинги. Американо-европейский и японский подходы к рекламной деятельности.	История рекламы с древних времен. Прото-реклама. Зарождение в древних цивилизациях. Технический прогресс и рекламный бизнес. Возникновение печати. Появление радио, появление кино, телевидения. Появление ЭВМ. Международный Кодекс рекламной деятельности. Саморегулирование в рекламе. Примеры из зарубежной практики. Крупнейшие в мире рекламные холдинги. Американо-европейский и японский подходы к рекламной деятельности: общее, различия, конвергенция.
Тема 2	История европейской рекламы. Творчество в европейской рекламе. История рекламы США. История и творчество латино-американской рекламы.	История европейской рекламы. Зарождение рекламы в Великобритании, Германии, Франции вместе с развитием торговли и производства. Первые европейские РА. Творчество в европейской рекламе. Франция, Италия, нацистская Германия, Великобритания. История рекламы США. Возникновение первых в мире агентств. Агентская комиссия. Классические архетипы. История и творчество латино-американской рекламы. Бум латино-американской рекламы на рубеже тысячелетия.
Тема	Особенности рекламы в Японии. Реклама	Особенности рекламы в Японии. Одно

3	в Индии и Юго-восточной Азии. Необходимость учета национальных особенностей в международных рекламных компаниях. Стиль жизни, религиозное мировоззрение.	лидирующее агентство и все остальные. Закрытость рекламных коммуникаций в прошлом веке. Основная реклама традиционных японских товаров. Реклама в Индии и Юго-восточной Азии. Влияние национальной истории и религиозных традиций. Необходимость учета национальных особенностей в международных рекламных компаниях. Стиль жизни, религиозное мировоззрение. Особенности написания в арабских странах. Отношение к изображению обнаженной натуры в рекламе.
Тема 4	Реклама сладких газированных напитков. Реклама автомобилей. Реклама парфюмерии и косметики. Реклама спортивных товаров. Социальная реклама. Политическая реклама. Международные Фестивали и конкурсы.	Реклама сладких газированных напитков Кока-кола, Пепси. Реклама автомобилей Мерседес, Форд, Тойота. Реклама парфюмерии и косметики: Эсти Лаудер, Кристиан Диор, Шанель, Картье. Реклама спортивных товаров: Адидас, Найк, Пума. Социальная реклама: реклама общечеловеческих ценностей и государственные обращения. Основные темы социальной рекламы и приемы её создания. Политическая реклама. Исторические новации в политической рекламе США, Великобритании и Франции. Международные Фестивали и конкурсы. Каннские львы, Epica Awards, Clio Awards.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

Тема и/или раздел	Методы текущего контроля успеваемости
История рекламы с древних времен. Технический прогресс и рекламный бизнес. Саморегулирование в рекламе. Крупнейшие в мире рекламные холдинги. Американо-европейский и японский подходы к рекламной деятельности.	О, Э1 Вопросы к диспуту 1, 2, 3
История европейской рекламы. Творчество в европейской рекламе. История рекламы США. История и творчество латино-американской рекламы.	О, ДЗ, Э2 Вопросы к диспуту 4,5,6
Особенности рекламы в Японии. Реклама в Индии и Юго-восточной Азии. Необходимость учета национальных особенностей в международных рекламных компаниях. Стиль жизни, религиозное мировоззрение.	Д, Э3 Вопросы к диспуту 7,8,9
Реклама сладких газированных напитков. Реклама автомобилей. Реклама парфюмерии и косметики. Реклама спортивных товаров. Социальная реклама. Политическая	РК, Т, Э4 Вопросы к диспуту 10,11,12

реклама. Международные Фестивали и конкурсы.	

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):

письменный и устный опрос по основным категориям и понятиям, решение типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы. Дашков и К, 2014.http://www.iprbookshop.ru/10928
2. Дэвид Огилви Огилви о рекламе [Электронный ресурс]/ Дэвид Огилви— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2013.— 228 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39309 Огилви о рекламе Манн, Иванов и Фербер, Эксмо. 2013. http://www.iprbookshop.ru/39309