АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б. 27 История рекламы

Автор: к.и.н., доцент Е.Ю. Наумов

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 осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах.

План курса:

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	Контекст и контент российской рекламы.	Периодизация и типология российской рекламы. Природно-географическая среда России, ее культура и менталитет, язык как факторы историко-рекламного процесса. Российская власть, социум и реклама. Место и роль российской рекламы в истории мировой рекламы.
2	Протореклама на Руси (IX- XVI вв.).	Устная реклама и её фольклорные истоки. Место первых рекламных знаков в хозяйственной и торговой деятельности древней Руси. Ярмарочный рекламный фольклор, его жанры и стилистические особенности. Элементы проторекламы в Новгородской и Псковской республиках XII-XV вв. Генезис политической проторекламы в Древней Руси. Государственная протореклама в эпоху Ивана III и Василия III. Регламентация официальной проторекламы «Избранной Радой» XVI в. «Смеховой мир» Древней Руси и развитие проторекламы. Отражение внешних культурных связей Древней Руси в проторекламе. «Смута» в России рубежа XVI-XVII вв. как фактор политической проторекламы.
3	От проторекламы к рекламе в России (XVII – XVIII вв.).	Фольклорные и литературные образы и сюжеты в российской проторекламе XVII в. Живописные рекламные вывески XVII-XVIII вв. Рекламный лубок и лубочные традиции в российской рекламе. Рекламные гравюры. Причины слабого развития письменной и живописной рекламы. Политическая и религиозная реклама в XVII в. Сходства и различия западноевропейских и российских рекламных жанров и особенностей их развития в XVII в. Сущность и значение трансформации российской рекламы в эпоху петровских преобразований. Рекламная гравюра в контексте политической рекламы абсолютизма первой четверти XVIII в.

		Массовая политическая реклама в России в XVIII в. Первые печатные афиши. Летучие листки. Реклама в российской периодике XVIII в. Содержание и стиль первых рекламных объявлений в прессе. Особенности наружной рекламы в России во второй половине XVIII в. Языковая ситуация в России в XVIII- первой четверти XIX в. и ее влияние на рекламную коммуникацию.
4	Российская реклама в XIX в.	Эволюция печатной рекламы в 1-й пол. XIX века в контексте экономического развития страны. Религиозная реклама в России в XIX в. Рекламные проекты периода Отечественной войны 1812 г. Меры государственного контроля и регулирования рекламной деятельности в России во второй четверти XIX в. Эволюция рекламы в российской прессе XIX в.в связи с процессом коммерциализации прессы. Перемены 30-50-х гг. Деятельность Н.А. Полевого, Ф.В. Булгарина и Н.И. Греча в области рекламы. Появление скрытой рекламы в России, цели её использования. Обогащение суггестивных приёмов и оценочных характеристик в печатной рекламе. Русская печатная реклама в пореформенный период. Политика Александра II и Александра III в отношении рекламы. Реклама в изданиях А.А. Краевского и А.С. Суворина. Первые бесплатные листки объявлений. Эволюция газетно-журнальной рекламы. Наружная городская реклама в пореформенной России. Влияние вкусов женской аудитории на содержание и выразительные средства рекламы. Формирование культуры потребления и русская реклама второй половины XIX в. Влияние технологического прогресса на рекламные процессы в России в последней трети XIX в.- начале XX вв. Изменения в шрифтовом оформлении. Изобразительные возможности афиш и вывесок. Развитие российских фабричных марок, фирменных и торговых знаков. Малые жанры изобразительной рекламы: этикетка, ярлык, открытка. Национальные традиции в развитии рекламного плаката. Творчество М.Врубеля, Е.Лансере, К.Сомова и др. Начало фоторекламы в России. Национальные и подражательные начала в русской рекламе XIX в. Мифологизация и символизация в рекламе. Рекламные возможности торгово-промышленных выставок и их роль в экономической жизни страны. Становление рекламно-информационных агентств и процесс профессионализации рекламной деятельности.
5	Российская реклама в XX –нач. XXI вв.	В.И. Ленин о задачах и роли политической рекламы. Положение отечественной рекламы после октября 1917 г. Меры, принятые большевиками в области рекламной деятельности. Политическая реклама «белого движения» в период гражданской войны. Особенности российской рекламы в период НЭПа. Торгово-промышленная реклама 20-х годов. Вывески, эмблемы, плакаты, торговые знаки. Реклама в прессе. Книжная реклама. Художественные течения 1920-х гг. и их влияние на российскую рекламу. Положение отечественной рекламы в 30-е годы. Развитие кино и реклама. Роль кинематографа в отечественной рекламе 20-30 гг.

		Отечественные рекламные киноплакаты. Политическая ситуация в СССР и реклама. Реклама на службе идеологии: жанр агитационного плаката. Крупнейшие представители жанра (Д. Моор, И. Тоидзе, А. Дейнека и др.). Агитационные открытки, надписи, транспаранты. Перестройка форм и контента советской рекламы в период Великой Отечественной войны. Стилистика и смысловые акценты рекламной коммуникации в СССР в период «холодной войны». .Основные тенденции развития экономической, внутри- и внешнеполитической рекламы в СССР в период хрущевской «оттепели». Рекламные публикации в официальных органах печати. Политические рекламные акции: демонстрации, митинги, «выборы». Предвыборная политическая реклама в СССР. Отечественные исследования в области рекламы в 60-80-е годы. Коммерческая реклама в СССР в 70-е -1-й половине 80-х годов в условиях плановой экономики. «Перестройка» и начало нового периода в истории отечественной рекламы. Рынок и товарно-денежные отношения в советской рекламе второй половины 1980-х гг. Отношение населения к изменению роли и характера рекламы в СССР после 1985 г. Политическая реклама в СССР в период «перестройки». Реклама на телевидении и радио. Исторические и литературные персонажи в советской рекламе 1986-1991 гг. Манипулятивные технологии в «поздней» советской рекламе. Визуальные и вербальные образы российской элиты в политической рекламе 1990-х гг. Политическая реклама в период предвыборных кампаний. Рекламные ролики на телевидении. Рекламные публикации в прессе в1990-е – 2000- е гг. – эволюция содержания и жанров. Появление и развитие российских рекламных агентств. Особенности современной российской имиджевой рекламы. Меры по законодательному регулированию рекламной деятельности в РФ после 1991 г. Российские рекламные конкурсы и фестивали и их влияние на развитие отрасли. Западная реклама на современном рынке. Западные влияния и национальный колорит российской рекламы. Состояние и перспективы развития рекламного рынка РФ. Особенности рекламного рынка в Москве и других мегаполисах РФ. Современная российская реклама на международной арене. Российская реклама в интернете.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем	Методы текущего контроля успеваемости
1	Контекст и контент российской рекламы.	Диспут
2	Протореклама на Руси (IX- XVI вв.).	Презентация

3	От протореклама к рекламе в России (XVII – XVIII вв.).	Эссе
4	Российская реклама в XIX в.	Презентация
5	Российская реклама в XX –нач. XXI вв.	Презентация

Зачет проводится с применением следующих методов (средств*): беседа с преподавателем по вопросам в устной форме.*

Основная литература:

1. Марк Тангейт. Всемирная история рекламы. Альпина Паблишер, 2014, http://www.iprbookshop.ru/34780
2. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы. Дашков и К, 2014. http://www.iprbookshop.ru/10928