

# **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Б1.О.19 История рекламы**

### **Автор(ы):**

Доцент к.э.н., доцент

Исаев Сергей Михайлович

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### **Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области рекламы и связей с общественностью ОПК-2:

Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

### **Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Протореклама. Реклама в Средние века и Новое время.**

Первые виды рекламных коммуникаций в древнем мире. Рекламные коммуникации в Средние века. Эпоха Возрождения. Вторая информационная революция – появление книгопечатания. Появление новых видов рекламы в Новое время. Зарождение элементов современной рекламы в Европе и США в XIX веке

#### **Тема 2. Особенности становления и развития рекламных коммуникаций в дореволюционной России**

Протореклама в древней Руси и России до XVII века. Книгопечатание на Руси. Лубок и лубочная реклама. Реформы Петра I и их влияние на развитие массовых коммуникаций. Зарождение рекламы в XVIII веке. Отечественная реклама в XIX веке. Развитие рекламы в пореформенной России. Развитие рекламы накануне Первой мировой войны.

#### **Тема 3. Зарубежная реклама в период до Второй мировой войны**

Развитие рекламы и появление новых рекламных носителей в САСШ. Реклама в Англии и Франции. Основные виды рекламных носителей. Рекламные агентства. Индустриальная/промышленная реклама. Зарождение маркетинга. Рекламные кампании. «Рынок продавца». Появление и развитие рекламы на радио и ТВ.

#### **Тема 4. Торговая реклама и плановая экономика в СССР**

Рыночная и плановая экономики. Реклама как функция рыночной экономики. Реклама в период НЭП. Реклама и пропаганда. Нарком А.И. Микоян и «торговая реклама». Рекламные технологии как инструмент агитации и пропаганды. Появление рекламных коммуникаций в 1970-80-е годы. «Росторгрестреклама», «Внешторггестреклама» и т.д. Реклама экспортных товаров.

#### **Тема 5. Зарубежная послевоенная реклама. Реклама в 1960-1980 годы**

Появление новых видов рекламных носителей. Развитие ТВ-рекламы. Концепция ATL- и BTL-рекламы. «Рекламные войны». Концепции уникального товарного предложения, позиционирования и бренда. Ведущие мировые рекламные агентства и коммуникационные группы – место и роль в современном мире.

#### **Тема 6. Зарождение и развитие современной российской рекламы 1989-1998 годы.**

Перестройка и гласность в СССР. Предпосылки к появлению рыночных отношений. «Гайдаровские» реформы. «Дикий» капитализм 1990-х годов. Создание инфраструктуры рекламной индустрии. Закон о рекламе 1995 года. Реклама FMCG-товаров, ТНК в России. Финансовая и банковская реклама: рекламные кампании МММ и банка «Империял». Создание АКАР. Отечественная реклама накануне экономического кризиса 1998 года.

#### **Основная литература:**

1. Артамонов, Д.С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Артамонов Д.С.. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04611-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html>
2. Савельева, О.О. Всеобщая история рекламы : учебник для бакалавров / Савельева О.О., Трубникова Н.В.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 452 с. — ISBN 978-5-394-03119-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>
3. Марк Тангейт Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 286 с. — ISBN 978-5-9614-5787-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86728.html>