

СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада, презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- для студентов заочной формы обучения – написание рефератов;
- подготовка к экзамену в 1-м и 2-м семестрах.

ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1. Суть понятий «реклама» и «паблик рилейшинз». Сравнительный анализ дефиниций.

1. Происхождение понятия «реклама».
2. Происхождение и авторство понятия «связи с общественностью».
3. Суть рекламы и рг.
4. Исторические предпосылки появления рекламы и рг как отдельных видов профессиональной деятельности.
5. Взаимоотношения рекламы и рг как инструментов массовой коммуникации.

Термины: реклама, паблик рилейшинз, пропаганда, паблисити, публицистика, маркетинг.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. В рамках подготовки к семинару студентам предлагается заполнить таблицу следующего содержания:

№ п/п	Источник	Определение
1		Реклама – это ...
...		
10		
11		Паблик рилейшинз – это...
...		
20		

На основе данных таблицы – представить сравнительную характеристику понятий «реклама» и «паблик рилейшинз», как их характеризуют, на чем делают акцент разные авторы.

3. Проанализировать другие языковые обозначения рекламы и сравнить методы и средства рекламы и публичных рилейшинз с другими формами массовой коммуникации (пропагандой, публицити, публицистикой, маркетингом и др).

Литература: [[2 – С.22-30](#); [3 – 11-21](#)].

Тема 2. Протореклама и архетипические символы как истоки современной рекламы.

1. Понятие «протореклама».
 2. Процессы, которые способствовали формированию проторекламы.
 3. Функции речевой коммуникации в первобытном обществе.
 4. Символизация и архетипические символы.
 6. Роль проторекламы в самоидентификации личности первобытного общества.
 7. Бытование культовой проторекламы.
 8. Знаки собственности в ремесленной проторекламе.
 9. Обусловленность перехода проторекламных процессов в подлинно рекламные.
- Отличия проторекламы от профессиональной рекламы.

Термины: протореклама, знак, символ, сигнал, символизация, демонстрация, самоидентификация, ритуал, архетипический символ, престижное потребление, клеймо, штамп, печать, авторская сигнатура.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Роль проторекламы в самоидентификации личности.
 - Варианты использования приемов проторекламы в XXI веке.
 - Какие архетипические символы использует современная реклама.
 - Сравнительный анализ современных и древних авторских сигнатур.

Литература: [[1 – С.13-29](#); [5 – С.9-32](#)].

Тема 3. Первая информационная революция. Первые виды и формы рекламирования

1. Урбанизация и развитие рекламной коммуникации.
2. Информационные центры античных городов.
3. Первая информационная революция и формирование рекламного типа текстов в речевой коммуникации.
4. Первые виды и формы рекламирования.
5. Специфика жанров письменной рекламы в античную эпоху.

Термины: урбанизм, массовая информация, суггестия, глашатай, объявление, «siquis», рельеф, вывеска, фирменный знак, альбум, граффити, протогазета, афиша, трофейное сооружение, триумфальное шествие, элогия, агораном, астином.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Древнеримский альбум как прообраз современной наружной рекламы.
 - Древнеримские граффити как средство коммерческих коммуникаций.
 - Способы регулирования рекламы в античности.

- Варианты реализации античной политической рекламы. Предвыборные рекламные кампании в античности.
- Конфессиональная реклама в античности.
- Формы изобразительной античной рекламы.

Литература: [1 – С.30-54; 5 – С.34-61].

Тема 4. Особенности рекламной коммуникации в Средневековье.

1. Отличия институциональной и фольклорной рекламы.
2. Ярмарки и их роль в формировании системы коммерческих коммуникаций в период Средневековья.
3. «Дутая» реклама. Правовое регулирование рекламной деятельности в средневековом городе.
4. Влияние цеховой организации труда ремесленников на развитие рекламы.
5. Геральдика и ее направления в средневековой Европе. Отличительные особенности рыцарской геральдики и цеховой эмблематики.
6. Административное регулирование и саморегулирование рекламных коммуникаций в рамках средневековых корпораций.
7. Средневековые истоки рекламного слогана.
8. Цеховые праздники как рекламные акции.
9. Виды религиозной рекламы в западноевропейском Средневековье.
10. Изобразительные средства средневековой вывесочной рекламы.
11. Формы письменной рекламы и ее распространение в средние века.
12. Эволюция рекламного процесса в период позднего Средневековья. Развитие жанров вербальной письменной рекламы.

Термины: религиозная процессия, коммерческий «съезд», герольд, геральдика, блазонирование, «крики улиц», стационарный зазывала, герб, эмблема, эмблематика, гравюра, постер.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Составьте рекламное объявление в форме «криков улиц» с рекламой личных уникальных способностей и представьте его в максимально зрелищной форме.
 - Разработайте герб вашей семьи с использованием знаков-символов и девиза.
 - Опишите роль первой, второй и третьей информационных революций в развитии рекламы
 - Охарактеризуйте главные периоды западноевропейского Средневековья применительно к их потребностям в рекламной коммуникации.
 - Назовите ведущие варианты фольклорной рекламы в эпоху Средневековья.
 - Перечислите виды религиозной рекламы, существовавшие в западноевропейском Средневековье.
 - Опишите эволюцию рекламного процесса в позднем Средневековье.

Литература: [1 – С.56-85; 5 – С.65-102; 7.].

Тема 5. Роль изобретения печати в развитии рекламного процесса.

1. Основные социальные предпосылки книгопечатания.
2. Третья информационная революция.
3. Новые рекламные жанры, рожденные благодаря книгопечатанию. Печатное объявление.

4. Значение появления периодической печати для рекламного дела.
5. Появление информационных бюро.
6. Основатели рекламы в Европе.

Термины: информационная революция, печатный летучий листок, каталог, проспект, преискурант, титульный лист, экслибрис, информационное бюро, журналистика, газета, журнал, интимная межличностная реклама

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Развитие книгопечатания в Западной Европе.
 - Первое печатное рекламное объявление в Европе.
 - Издатели первых печатных рекламных объявлений: а) в Англии; б) в Германии; в) во Франции; г) в Италии (Венеции).
 - В какой сфере первоначально развивался рекламный жанр печатного объявления.
 - Открыватель рекламной функции титульного листа.
 - Предплакатные виды изобразительной рекламы XVII-XVIII вв.
 - Принципы регулирования вывесочной рекламы в городах Западной Европы.
 - Какие товары продвигали первые европейские рекламные кампании?

Литература: [[1 – С.88-127](#); [5 – С.102-145](#)].

Тема 6. Начало формирования потребительского общества как фактор перелома в рекламном процессе в Западной Европе в середине 19 века.

1. Рекламные новации в английской культуре: информационные агентства, специализация рекламы в прессе.
2. Начало иллюстрированной рекламы в прессе.
3. Подвижные и стационарные рекламные конструкции.
4. Плакатный бум и массивные рекламные кампании.
5. Витринные жанры рекламы.
6. Реклама во Франции в предреволюционный период.
7. Французский рекламный плакат и его мастера.
8. Направления развития рекламы в Германии. «Тевтонский стиль».

Термины: премиальная торговля, межличностная реклама, плакат, window dressing, слоган, литография, информационное агентство.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Сферы рекламного лидерства Франции.
 - Рекламные жанры, появление которых - заслуга английских корпоративных информационных агентств.
 - «Рыцарь информации и рекламы» Джон Белл.
 - Специализация рекламы в английской прессе: реклама для производителей, для дам...
 - Ассоциация плакатистов как формат саморегуляции рекламной деятельности.
 - Опыт создателей жанра французского рекламного плаката.
 - Особенности немецкого рекламного плаката.
 - Рождение слогана.
 - Актуальность учебного пособия «Как писать рекламные объявления»?

- Интернациональные выставки как рекламный жанр.
- Рекламное значение Эйфелевой башни.

Литература: [[1 – С.131-144](#); [5 – С.199-259](#)].

Тема 7. Североамериканский опыт развития рекламы.

1. Главные объекты рекламирования в Америке в колониальный период.
2. Роль рекламы в формировании культуры нового американского сообщества.
3. Реклама как общекультурный приоритет США.
4. Влияние индустриальной революции в США на развитие рекламного рынка страны.

Термины: индустриальная революция, тарифные акты, шрифтовые трюки, патент, «патентная лихорадка»

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Первая североамериканская рекламная газета. История ее появления и существования
 - Отец американской рекламы Бенджамин Франклин.
 - Общее и различия между английской и американской рекламой.
 - Суть рекламного эксперимента Роберта Боннера, издателя газеты «New York Ledger».
 - Феномен Финеаса Тейлора Барнума и его влияние на развитие рекламы в США.

Литература: [[1 – С.145-180](#); [5 – С.137-144, 262-275](#)].

Тема 8. Рекламный процесс в США как объект общекультурного достояния нации.

1. Первые рекламные агентства в США.
2. Экономические сдвиги после Гражданской войны в США и их влияние на рекламный процесс.
3. Эволюция товарных знаков и методов их защиты.
4. Рекламная роль упаковки.
5. Практика цветной рекламы американских журналов.
6. Первые «искусители».

Термины: direct mail, цветной буклет, рекламная полоса, джинглы, общенациональная реклама.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Как отразилась «патентная лихорадка» в США на рекламном процессе?
 - История становления журнальной рекламы в США.
 - Первые опыты создания каталогов посылочной торговли.
 - Клод Хопкинс и его роль в развитии рекламного дела в США
 - Раймонд Рубикам и его вклад в развитие рекламного дела в США.
 - Наследие Джеймса Уолтора Томпсона.
 - Рекламные новации Альберта Ласкера.

Литература: [[4 – С. 22-29, 32-39; 5 – С.275-312](#)]

Тема 9. Америка – «колыбель рекламы».

1. Дэвид Огилви и его рекламные творения.
2. Творческий путь в рекламе Стенли Ризора.
3. Иллюстрации Джозефа Кристофера Лейендекера.
4. «Школа рекламных текстов» Ласкера и Кеннеди.
5. Пропагандистская машина США времен Первой мировой войны.
6. BBDO – агентство-«скороговорка» и его создатели.

Термины: рекламная идея, рекламный образ, рекламная кампания, копирадинг, копирайтер

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Феномен образа «Джентльмена, носящего рубашки от Arrow Collars & Shirts.
 - Особенности рекламы табака в США.
 - Элен Лансдоун – первая женщина-копирайтер
 - Агентство Lord & Thomas и его создатели.
 - Джон Пауерс и его креативный копирайтинг

Литература: [[1 – С. 162-163; 4 – С. 23-25; 32-35; 45-49; 6](#)]

Тема 10. Протореклама в России.

1. Своеобразие российской проторекламы.
2. Истоки устного рекламирования на Руси.
3. Информационные центры древней Москвы.
4. Основные направления фольклорной рекламы в России.

Термины: тамги, «знамена», сфрагистика, коробейник, офеня, речитативный уговор.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проторекламные символы домонгольской Руси.
 - Начало развития рекламного дела в России.
 - Истоки устного рекламирования на Руси?

Литература: [[1- С. 253-262; 5 – С. 146-177](#)]

Тема 11. Феномен устного рекламирования на Руси.

1. Жанры и особенности «ярмарочной рекламы».
2. Феномен «зрелищной шарманки» - русского «райка».
3. Реклама ярмарочных зрелищ.
4. Крупнейшие ярмарки дореволюционной России.
5. Обманная реклама в России.

Термины: раёк, раёшный стих, балаган, балаганный дед, зазыв, раус.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
Сочините рекламу ближайшей культурно-просветительной акции в Академии в стиле раёшного стиха, заклички и прибаутки.

Литература: [[1- С. 262-269](#); [5 – С. 146-169](#)]

Тема 12. Изобразительные жанры российской рекламы.

1. Лубок и сформированная им эстетика.
2. Социальная и рекламная функция лубочной продукции.
3. Своеобразие российских вывесок.
4. Конклюзия как синтетический рекламный жанр.
5. Появление политической рекламы на Руси. «Подносные листы».

Термины: лубок, простовик, ксилография, конклюзия, перечневая афиша

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Примеры лубочной традиции в современной рекламе.
 - Сравнительный анализ содержания и оформления первых российских театральных афиш и афиш современных луганских театров.
 - Создайте макет лубка на остросоциальную современную тему.
 - Конструирование фабричных марок и торговых знаков в России XIX-XX вв.
 - Первые российские выставки как варианты рекламирования в России в к. XIX - н. XX вв.
 - Эволюция изобразительной рекламы в России в XIX в.
 - Фотореклама в России в начале XX в.
 - Русские художники и плакатное творчество на рубеже XIX-XX вв.
 - Малые изобразительные жанры российской рекламы рубежа XIX-XX вв.
 - Основные направления российской плакатной рекламе конца XIX – начала XX вв.

Литература: [[1- С. 269-285](#); [5 – С. 169-187, 315-371](#); [8.](#)]

Тема 13. Печатная реклама в РФ до 1917. Особенности рекламной деятельности на рубеже веков

1. Рекламные летучие листки и начало печатной газеты в России.
2. Особенности рекламы в первых российских газетах «Санкт-Петербургские ведомости», «Московские ведомости».
3. Вклад известного просветителя Н. И. Новикова в развитие рекламного дела в российской прессе.
4. Рекламный процесс в первой четверти 19 века.
5. Коммерциализация прессы и влияние этого процесса на развитие рекламы.
6. Специализированные издания.
7. Особенности рекламы в пореформенный период.
8. Бесплатные листки объявлений
9. Слагаемые успеха информационного агентства «Л. и Э. Метцель и К».

Термины: печатный летучий листок, казенные объявления, суплемент, межличностная реклама, брачное объявление, некролог, самореклама

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Родоначалников скрытой рекламы в России.
 - Первые рекламные агентства в России.
 - Причины неуспеха первых бесплатных листов объявлений.
 - Рекламная деятельность газет «Новое время», «Русские ведомости» и «Биржевые ведомости».
 - Особенности рекламирования благотворительных акций в российской прессе.

Литература:[\[5 – С. 373-410\]](#).

Тема 14. Рекламный процесс в журнальной периодике и попытки обобщения рекламной деятельности в России.

1. Реклама в журнале «Московский телеграф»
2. Реклама в журналах «Нива» и «Огонек»: пореформенный период.
3. Начало аналитического обобщения рекламной деятельности в России.

Термины: журнал, специализированный журнал

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Анализ рекламной практики журнала «Московский телеграф»
 - Анализ рекламной практики в журналах «Нива» и «Огонек».
 - Анализ актуальности выводов авторов первых научных трудов, пытавшихся осмыслить достоинства и недостатки, обобщить практику рекламной деятельности в России.

Литература:[\[5 – С. 410-424\]](#).

Тема 15-16. Реклама в СССР

1. Установление советской власти. Государственная монополия на информацию и рекламу.
2. Пропагандистские и агитационные материалы 1917-1922 гг.
3. Политическое искусство в первые годы советской власти.
4. Вклад в агитпром Окон РОСТА.
5. Советская реклама в период НЭПа.
6. Советская реклама первых пятилеток.
7. Советский плакат времен Великой Отечественной войны.
8. Особенности и новый язык послевоенной рекламы.
9. Политическая и социальная реклама эпохи застоя.
10. Внешнеторговая реклама.

Термины: декрет, пропаганда, агитация, НЭП, пятилетка.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Влияние госмонополии на рекламное дело в Советской России.
 - Особенности агитационного плаката 1917-1922 гг.
 - Реклам-конструкторы В. Маяковский и А. Родченко. Их вклад в развитие советской рекламы.
 - Рекламные художники С. Сахаров и А. Зеленский.
 - Анализ образов советского военного плаката.
 - Сталинский ампир в советской рекламе.
 - Олимпиада-80 как инструмент по изменению имиджа СССР на Западе.

Литература: [1 – С. 330-409].

Тема 17. Реклама в постсоветской России.

1. Рекламные агентства и рекламодатели новой России.
2. Каналы рекламы.
3. Креативные «90-е».
4. Политическая реклама 1990-х. «Голосуй или проиграешь».
5. Социальная реклама 1990-х. «Русский проект».
6. Правовое и саморегулирование рекламной деятельности.

Термины: перестройка, красный директор, медиаселлер, медиабайер, наружная реклама.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Лёня Голубков и другие герои рекламы от «МММ».
 - Юрии Грымов и его «Пепельница».
 - Рекламная история банка «Империал».
 - Секреты успеха «Русского проекта».

Литература: [1 – С. 412-430].

Тема 18. Основные тенденции развития рекламы в мире.

1. Взаимосвязь между экономическим состоянием страны и состоянием ее рекламного рынка.
2. Интернет-технологии как новый импульс в развитие рекламного рынка.
3. Факторы прироста объема рекламного рынка.
4. Структура современного рекламного рынка России.
5. Особенности цифровой рекламы.
6. Интеграция маркетинговых коммуникаций.
7. Новые требования к технологии рекламных коммуникаций.

Термины: Цифровая реклама, WOW-эффект, нативная реклама, сторителлинг, контент.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.э

2. Темы творческих работ:

- Чтобы реклама в современном мире была эффективной она должна быть... - продолжите утверждение (письменно, с аргументами).
- Самыми удачными из увиденных за последнее время я считаю такие рекламные кампании (письменно, с объяснением точки зрения и анализом использованных рекламных приёмов).

Литература: [[1 – С. 432-446](#)].