

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» _____ 06 _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06

(Индекс дисциплины)

ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая подготовка

План учебного процесса

| Составляющие учебного процесса | | Очное обучение | Очно-заочное обучение | Заочное обучение |
|---|--|----------------|-----------------------|------------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы) | Максимальная учебная нагрузка | 47 | | |
| | Обязательные учебные занятия | 32 | | |
| | Лекции, уроки | 26 | | |
| | Практические занятия, семинары | 6 | | |
| | Курсовой проект (работа) | | | |
| | Самостоятельная работа (в т.ч. консультации) | 15(3) | | |
| Формы контроля по семестрам (номер семестра) | Экзамен | | | |
| | Зачет | 1 | | |
| | Контрольная работа | | | |
| | Курсовой проект (работа) | | | |

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 20-02/1/11, 19-02/1/11,
18-02/1/11

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная Обязательная Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
Часть модуля Вариативная Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный
модуль:

(Индекс модуля)

(Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области рекламы как исторически развивающейся сфере социальной практики, тесно взаимосвязанной с другими историческими процессами развития общества на различных этапах.

1.3. Задачи дисциплины:

1. Сформировать у обучающихся понимание истории рекламы как значимой части истории социальной коммуникации.
2. Показать тесную взаимосвязь истории рекламы с социальной историей страны и мира, с развитием общественного сознания, форм общественного взаимодействия; сформировать понимание специфики процесса становления и развития института рекламы в России.
3. Раскрыть принципы идентификации рекламных материалов основных исторически периодов, художественных стилей.
4. Рассмотреть возможности обращения к накопленному опыту в современной практике рекламного взаимодействия.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3)
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4)
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5).
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6)
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9)

Профессиональные: (ПК)

- Осуществлять поиск рекламных идей (ПК 1.1)
- Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей (ПК 4.1)

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- 1) Основные этапы развития рекламы в России и за рубежом (ОК 4-6, ПК 1.1, 4.1).
- 2) Системообразующие характеристики рекламы в тот или иной исторический период, особенности современного этапа развития рекламы в мире (ОК 3-6, ОК9, ПК 1.1, 4.1).
- 3) Проблемы развития отечественного рынка рекламы по сравнению с мировым рынком рекламы (ОК 3-6, ПК 1.1,4.1)

Уметь:

- 1) Соотносить предъявленные рекламные материалы с определенным этапом в развитии института рекламы, культурой той или иной страны. (ОК 3-6, ОК 9, ПК 1.1,4.1)
- 2) Соединять исторический опыт рекламы с современными теориями маркетинга (ОК 4-6, ПК 1.1)
- 3) Сравнивать лучшие рекламные образцы различных эпох с современной рекламой (ОК 4-6, ПК 1.1)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

Базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание тем и форм контроля | Выделяемое время (часы) | | |
|---|-------------------------|-----------------------|------------------|
| | очное обучение | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| Введение. Возникновение и развитие рекламного бизнеса. Тенденции развития современной рекламы . | 2 | | |
| Тема 1. Зарождение и становление европейских традиций в рекламном деле. Реклама в древней Греции и древнем Риме. Реклама в торговле и ремесленном производстве европейского Средневековья. "Крики" средневекового города , устная реклама Нового времени. | 6 | | |
| Тема 2. Информационная революция Гуттенберга и европейская реклама 17-18 веков. Торговая реклама Нового времени. Формирование европейских брендов 19-го века. СМИ и становление профессиональной рекламной деятельности. | 8 | | |
| Тема 3. Реклама "от производителя" во второй половине 19 века. Афиша и плакат модерна в европейской рекламе. | 6 | | |
| Тема 4. Реклама императорской России. Народная реклама в России: балаган, раешник, лубок. Торговая реклама в России 18-19 вв. Коммерческая реклама в России в 19 веке. Реклама в СМИ к 19-н20 | 6 | | |
| Тема 5. Опыт советской рекламы: пропаганда, информация, презентация. Носители рекламной информации в СССР. Политическая реклама в СССР. | 2 | | |
| Тема 6. США - родина современной рекламы. Американская школа рекламного делаю Открытия в области торговой рекламы. Маркетинговая стратегия и рекламная тактика американских предпринимателей. Расширение панелей носителей рекламы в 19-20в. Рекламные кампании в США в 19-20 вв. | 8 | | |
| Тема 7. Опыт и традиции рекламных агентств США. Американская школа рекламного дела. Рекламные кампании в США 19-20 века. Известные рекламисты мира. | 6 | | |
| Текущий контроль в 1 семестре – устный опрос, тестирование | | | |
| Промежуточная аттестация в 1 семестре - зачет | 3 | | |
| ВСЕГО: | 47 | | |

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции, уроки

| Номера изучаемых тем | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|----------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Введение | 1 | 2 | | | | |
| Тема 1 | 1 | 2 | | | | |
| Тема 2 | 1 | 4 | | | | |
| Тема 3 | 1 | 4 | | | | |
| Тема 4 | 1 | 4 | | | | |
| Тема 5 | 1 | 2 | | | | |
| Тема 6 | 1 | 4 | | | | |
| Тема 7 | 1 | 2 | | | | |

| Номера изучаемых тем | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|--------------------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Дифференцированный зачет | 1 | 2 | | | | |
| ВСЕГО: | | 26 | | | | |

3.2. Практические занятия, семинары

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|----------------------|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Тема 1 | Практическая работа №1 Геральдические знаки – история семьи | 1 | 2 | | | | |
| Тема 1 | Практическая работа №2 Вывеска – история создания и отличительные черты | 1 | 2 | | | | |
| Тема 1 | Практическая работа №3 Афиша и плакат в средневековой Европе | 1 | 2 | | | | |
| ВСЕГО: | | 6 | | | | | |

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Номера тем, по которым проводится контроль | Форма контроля знаний | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|--|-----------------------|----------------|--------|-----------------------|--------|------------------|--------|
| | | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра | Кол-во |
| 1-4 | Тестирование | 1 | 2 | | | | |
| 1-7 | Устный опрос | 1 | 7 | | | | |

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Усвоение теоретического материала | 1 | 5 | | | | |
| Подготовка к практическим занятиям | 1 | 6 | | | | |
| Консультации | 1 | 3 | | | | |
| Подготовка к зачету | 1 | 1 | | | | |
| ВСЕГО: | | 15 | | | | |

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

| | | |
|--|---|--|
| | Используемые активные и интерактивные формы | Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы) |
|--|---|--|

| Краткая характеристика вида занятий | | очное обучение | очно-заочное обучение | заочное обучение |
|--|---|----------------|-----------------------|------------------|
| | | | | |
| Лекции: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных ситуаций | Диспут, дискуссия | 12 | | |
| Комбинированные уроки: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины и одновременно контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля | Опрос, поиск вариантов решения проблемных ситуаций, презентация домашнего задания | 12 | | |
| Практические занятия: обеспечивают формирование навыков анализа рекламных материалов | Работа в малых группах, презентации результатов, дискуссии | 6 | | |
| ВСЕГО: | | 30 | | |

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

| № п/п | Вид деятельности обучающегося | Весовой коэффициент значимости, % | Критерии (условия) начисления баллов |
|-------------------|--|-----------------------------------|--|
| 1. | Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий, своевременная сдача отчетов по практическим работам, устные ответы на занятиях | 50 | <ul style="list-style-type: none"> 3 балла за каждое занятие (всего 26 занятий в семестре), максимум 78 баллов, 1 балл за каждый своевременно сданный отчет по практической работе (всего 3 работы), максимум 3 балла, 2 балла за устный ответ (всего по 7 темам), максимум 14 баллов, Ведение конспекта – максимум 5 баллов |
| 2. | Подготовка и представление устных докладов на занятии либо участие в неделе «Рекламы» с презентацией | 20 | <ul style="list-style-type: none"> 50 баллов за доклад на занятии (всего 1 доклад в семестре), максимум 50 баллов; 50 баллов за выступление на неделе «Рекламы» |
| 4. | Сдача зачета за семестр | 30 | <ul style="list-style-type: none"> Ответ на теоретические вопросы (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 70 баллов; Тестирование – 1 тест - 30 баллов |
| ИТОГО (%): | | 100 | |

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

| Баллы | Оценка по нормативной шкале | |
|----------|-----------------------------|---------|
| 86 - 100 | 5 (отлично) | зачтено |
| 75 – 85 | 4 (хорошо) | |
| 61 – 74 | 3 (удовлетворительно) | |
| 51 - 60 | | |
| 40 – 50 | | |

| | | |
|---------|-------------------------|------------|
| 17 – 39 | 2 (неудовлетворительно) | не зачтено |
| 1 – 16 | | |
| 0 | | |

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Трушина Л.Е.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 246 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85160.html>.— ЭБС «IPRbooks»
- 2 Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85355.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная учебная литература

1. Марк Тангейт Всемирная история рекламы [Электронный ресурс]/ Марк Тангейт— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2019.— 286 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86728.html>.— ЭБС «IPRbooks»

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Спицкий С. В. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся: методические указания / С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811, по паролю
2. Теория и история печатной рекламы. Конспект лекций [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Смирнов А. В. — СПб.: СПбГУПТД ВШПМ, 2017.— 48 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179153, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Пси-фактор – центр практической психологии. Библиотека. <http://www.psyfactor.org/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Программное обеспечение: программы Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016;
2. Интернет-тестирование на портале единого интернет-тестирования <http://i-exam.ru/>.

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта, видеопроектор с экраном, компьютер, телевизор.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии |
|------------------|--|----------------------------------|---|
| ОК3 | Дифференцирует полученные знания для решения стандартных и | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для |

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии |
|------------------|--|----------------------------------|---|
| | нестандартных задач | | зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ОК4 | Обобщает принципы поиска и использования профессиональной информации для эффективного решения задач, применяет полученную информацию | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ОК5 | Использует инновационные технологии для сбора дополнительной информации по предмету. | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ОК6 | Формулирует задачи для работы в коллективе и предоставляет результаты, полученные при работе в команде. | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ОК9 | Выбирает инновационные технологии для решения необходимых задач в будущей профессии. | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ПК 1.4 | Формулирует принципы поиска рекламных идей на исторических примерах | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |
| ПК 4.1 | Объясняет принципы работы в составе коллектива исполнителей при анализе и поиске рекламных решений | Вопросы для зачета | Перечень вопросов для зачета по темам дисциплины- 25 Варианты тестов |

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

| Баллы | Оценка по традиционной шкале | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|----------|------------------------------|--|---|
| | | Устное собеседование | Письменная работа |
| 86 - 100 | 5 (отлично) | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 75 – 85 | 4 (хорошо) | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. |

| | | | |
|---------|----------------------------|--|---|
| | | | Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 61 – 74 | | Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 51 - 60 | 3 (удовлетворительно) | Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки или качество представления работы низкое. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 40 – 50 | | Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 17 – 39 | 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 1 – 16 | | Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 0 | | Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

| № п/п | Формулировка вопросов |
|-------|--|
| 1 | Основные признаки рекламы в Древнем мире. |
| 2 | Носители информации в Древнем мире. |
| 3 | Характеристика деятельности глашатая, начиная с Античных времен. |

| | |
|----|--|
| 4 | Символика цеховой вывески и рыцарской геральдики как элементов рекламы. |
| 5 | Рекламные приемы в городской культуре Средневековья. |
| 6 | Изобретение Гуттенберга как информационная революция нового времени. |
| 7 | Печатная реклама конца 18 и начала 19 века в Европе. |
| 8 | Рекламное продвижение экзотического (колониального) товара в Европе 17-18 век. |
| 9 | Реклама «от производителя» в Европе во второй половине 19 века. |
| 10 | Рекламирование светского образа жизни и предметов роскоши в Европе 18 века. |
| 11 | Формирование брендов известных компаний Европы 19 века. |
| 12 | Афиша и плакат модерна в Европейской рекламе. |
| 13 | СМИ и становление профессиональной рекламной деятельности в Европе. |
| 14 | Народная реклама России 16-17 век. |
| 15 | Торговая реклама России 18-19 век. |
| 16 | Коммерческая реклама России 19 век. |
| 17 | Реклама в СМИ в России конца 19 - начала 20 века. |
| 18 | Печатная реклама в России начала 20 века. |
| 19 | Политический плакат и художественная афиша 1920-1930 годов в СССР. |
| 20 | Реклама, информация, пропаганда в СССР 1940-1960 годы. |
| 21 | Политическая и социальная реклама в СССР 1960-1980 годы. |
| 22 | США – родина современной рекламы. |
| 23 | Открытия в области торговой рекламы в США. |
| 24 | Америка – школа рекламного дела. |
| 25 | Глобальные тенденции развития современной рекламы. |

Вариант тестовых заданий по дисциплине

| № п/п | Формулировка задания | Ответ |
|-------|--|--|
| 1. | Тема 1. Глашатай - это: - мелкий ремесленник или купец - организатор зрелищ и представлений - должностное лицо, публично оглашающее информацию | должностное лицо, публично оглашающее информацию |
| 2. | Тема 1 Латинский глагол <i>reclamare</i> означает: - кричать, выкрикивать - распространять - взвешивать - изучать | кричать, выкрикивать |
| 3. | Тема 1 Часть выбеленной стены для объявлений в Древнем Риме называется - аннотация - клеймо - альбум - преискуронт | альбум |
| 4. | Тема 2 Геральдические знаки - это: - средневековая форма символической презентации личности - средневековые указатели - варианты раскраски и татуировки первобытных людей | средневековая форма символической презентации личности |
| 5. | Тема 2 Кто изобрел печатный станок: - Б.Франклин - И. Гуттенберг - А. Мануций | И. Гуттенберг |
| 6. | Тема 2 Термин "Фургон с оркестром" обозначает: - вид средневекового транспортного средства - торговлю вразнос - образное наименование типа рекламной коммуникации на ярмарке - продвижение товара | тип рекламной коммуникации на ярмарке |
| 7. | Тема 2. "Альдины"- это | |

| | | |
|-----|--|----------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> - вывески - книги - рекламные листовки - афиши | книги |
| 8. | <p>Тема 2. Первый сохранившийся книжный каталог был издан в Венеции в</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1230 г. - 1390 г. - 1498 г. - 1520 г. | 1498г. |
| 9. | <p>Тема 3. Первого первопечатника Англии звали</p> <ul style="list-style-type: none"> - Уильям Кекстон - Эмиль Жирарден - Альбрехт пер - Теофраст Рендо | Уильям Кекстон |
| 10. | <p>Тема 3. Первая печатная еженедельная газета появилась в 1609 г. в</p> <ul style="list-style-type: none"> - Париже - Лондоне - Страсбурге - Вене | Страсбурге |
| 11 | <p>Тема 3. В какой стране были установлены первые афишные тумбы?</p> <ul style="list-style-type: none"> - в Германии - в Англии - во Франции - в США | В Англии |
| 12 | <p>Тема 3. Появление жанра "penny press" ("дешевая газета") связывают с именем</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мориса Лелюара - Хоуна Джонса - Эмиля Жирардена | Эмилю Жирардену |
| 13 | <p>Тема 3. В каком городе Т. Рендо основал первое адресное бюро?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Венеция - Париж - Милан - Вена | Париж |
| 14. | <p>Тема 3. Самое раннее печатное рекламное объявление:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продажа молитвенника - выставка цветов - выступление музыкантов - рождественская ярмарка | Продажа молитвенника |
| 15 | <p>Тема 3 В какой стране был впервые введен налог на рекламное объявление?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Англия - Франция - Италия - Испания - Германия | Англия |

9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

9.3.1. Условия допуска обучающегося к контрольной работе или сдаче экзамена и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

9.3.3. Особенности проведения дифференцированного зачета – дифференцированный зачет выполняется аудиторно в течение 2 академических часов и состоит из ответов на 2 теоретических вопроса и выполнения 1 теста.