

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
«Адыгейский государственный университет»

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО ИСТОРИИ РЕКЛАМЫ**

(для поступающих на базе среднего профессионального образования
на обучение по образовательным программам бакалавриата)

Программу составил



Ф.Б. Бешукова

Декан факультета



У.М. Панеш

г. Майкоп
2021

**Программа вступительного испытания
по истории рекламы
для поступающих на базе среднего профессионального образования**

Реклама в античном обществе.

Генезис рекламы в Древнем мире. Культура урбанизма. Информационные центры античных городов как источники развития СО. Первая информационная революция и формирование рекламного типа текстов в речевой коммуникации. Жанровая дифференциация устной рекламы в античном городе.

Устная реклама в античности. Социальная роль глашатая. Варианты предметно-изобразительной рекламы в античности. Письменная реклама. Реклама зрелищ. Политическая реклама. Предвыборные рекламные кампании в античности. Формирование жанра рекламного объявления в античности. Элементы конфессиональной рекламы. Древнеримский альбом как прообраз современной наружной рекламы. Древнеримские граффити как средство коммерческих коммуникаций.

Развитие рекламы в западноевропейской средневековой культуре.

Конфессиональная реклама. Реклама развитого Средневековья. Эволюция рекламного процесса в позднем средневековье. Основные функции герольдов эпохи Средневековья. Виды устного средневекового рекламного творчества. Рекламные жанры характерны для изобразительной рекламы в эпоху Средневековья.

Главные периоды западноевропейского Средневековья применительно к их потребностям в рекламной коммуникации. Ведущие варианты фольклорной рекламы в эпоху Средневековья. Развитие института глашатаев в средние века. Ярмарки и их роль в формировании системы коммерческих коммуникаций в период Средневековья.

Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв.

Информационная революция. Роль изобретения печатного станка в развитии рекламы. Изобретение Иоганна Гуттенберга дало жизнь новому носителю рекламы и первым формам рекламы массового назначения, в число которых входили печатные афиши, листовки, газетные объявления.

В XVI в. на территории Западной Европы продолжают лидировать устные формы рекламирования. С начала XVII века появляется большое количество живописных рекламных вывесок. К работе над ними привлекаются и профессиональные художники. В XVI-XVII веках, можно говорить о дальнейшем совершенствовании предплакатных видов изобразительной рекламы – гравюры, лубка, настенной живописи. Рекламные обращения, выполненные в виде изящных гравюрных картинок, характерны для французской рекламы середины XVIII в. В 1789-1799 годы коммерческую рекламу оттеснила реклама политическая.

Основные новации в истории развития рекламной деятельности в Англии, во Франции, в Германии. Новые рекламные жанры. Изобретение книгопечатания, усовершенствовав весь информационный обмен в социуме, породило и новые возможности для рекламного творчества. В первую очередь это касается появления периодической печати, развития журналистики.

Появление журналистики в Европе: значение и последствия для рекламы. Начало газетной рекламы и рекламных кампаний. Эпоха Великих географических открытий способствовала распространению в Европе колониальных товаров. Возникновение предпринимательских союзов, акционерных обществ, которые вступали между собой в конкурентную борьбу и чрезвычайно нуждались в популяризирующей их рекламе. Появление первых рекламных кампаний и рекламных агентств.

Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке.

Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Весьма популярным рекламным жанром является плакат. Во Франции появляются настоящие мастера этого жанра. Рекламные традиции во Франции в предреволюционный период. XIX век как период активного развития визуальных жанров рекламы. Появление настенного плаката. В этот период в организацию и распределение рекламных потоков активно включились агентства. Новации в английской рекламе. Роль изобретения в начале XIX века фотографии в развитии форм рекламы.

Опыт развития рекламы и СО в США.

Североамериканская реклама колониального периода: специфика развития на раннем этапе. Влияние Европы. Рекламный процесс на первом этапе независимости. Рекламные новации середины XIX века. Развитие рекламы в США во второй половине XIX века. В 20-х, по окончании первой мировой войны, наступила «эра торговли», а реклама превратилась в «коммерцию, воплощенную на бумаге». Период от начала XX века и до второй мировой войны называется исследователями эрой рассады и становления PR как профессии и научной дисциплины. Период 40-70-х годов 20 века как время сформированных технологий рекламы. Развитие телевизионной рекламы. Со времени окончания второй мировой войны отмечается рост рекламной деятельности. Период «позиционирующей» рекламы.

Развитие рекламы в России.

Основные этапы эволюции рекламы в России. Торговая реклама в древней Руси. Становление российской геральдики и генезис проторекламных явлений. «Лубочная» реклама во времена Петра I. Фольклорные устные формы рекламы. Эволюция печатной рекламы в России во второй половине XVIII – первой половине XIX вв. Ярмарочная реклама. Устная реклама. Конфессиональная реклама. Прообраз политической рекламы в народных зрелищах. Средства коммерческих коммуникаций в XVIII-XIX вв. Реклама в российских газетах в XVIII веке. Российская изобразительная реклама в XIX в. Фотография как компонент рекламного процесса в России первого десятилетия XX века. Специализация рекламных агентств. Особенности российской рекламы на рубеже веков. Основные формы российской

дореволюционной рекламы. Реклама в России и Советском Союзе в XX в. Политическая и социальная реклама. Этапы становления телевизионной рекламы в России. Первые советские рекламные ролики. Виды, технология и приемы создания телевизионной рекламы. История социальной рекламы в России. Современные тенденции развития рекламы.

Влияние социальных медиа на развитие рекламы в современном медиaprостранстве.

Роль и значение рекламы в современных условиях. Международные сетевые группы. Особенности развития различных видов рекламы на современном этапе. Тенденции развития рекламного бизнеса. Мировой рынок рекламы. Специализированные рекламные структуры (медиа-агентства). Реклама как часть коммуникационной деятельности фирмы. Типология рекламы. Экономическая роль рекламы.

Основная литература

1. Бочарова М.П., Самойленко С.А., Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие. – М.: Дело АНХ, 2016. 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-7749-1135-6 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/634963>.

2. Бузни Е.Н. История связей с общественностью: Учебное пособие. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0184-1 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/210624>.

3. Мандель Б.Р. Психология рекламы: история, проблематика [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Электрон. дан. – Москва: ФЛИНТА, 2019.– Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/115866>.

4. Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник / О.О. Савельева, Н.В. Трубникова. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2019. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/119269>.

5. Тангейт М. Всемирная история рекламы [Электронный ресурс]; пер. А. Зотагин, В. Ибрагимов. – Электрон. дан. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/87956>.

Дополнительная литература:

1. Бочаров М.П., Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Теория и практика: учебное пособие. – М.: Дело, 2003.

2. Варакута С.А. Связи с общественностью: Учебное пособие. – М.: ИНФРА- М, 2009. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/147367>

3. Головлева Е.Л. Основы рекламы. – М.: ОАО «Московские учебники»; Ростов н/Д: Феникс, 2006.

4. Евстафьев В.А. История российской рекламы. Современный период [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. – Электрон. дан. – Москва: Дашков и К, 2017. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91244>.

5. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-изд.– СПб.: Питер, 2007.

6. Мамаева В.Ю. История рекламы: методические указания к изучению курса. – Омск: Изд-во Ом. гос. ун-та, 2008.
7. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учебное пособие. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2017. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/795805>
8. Музыкант В.Л. Реклама в действии: история, аудитория, приемы: Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2006.
9. Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армада-пресс, 2001.
10. Осипова Е.А. Развитие связей с общественностью в дореволюционной и Советской России [Ученые записки Российского государственного социального университета, No11, 2010] – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/524994>
11. Почекаев Р.Ю. История связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019.
12. Ромат Е.В. Реклама. 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2001.
13. Сальникова Е.В. Эстетика рекламы. Культурные корни и лейтмотивы. – М.: Алетейя, 2001.
14. Сергеев, В.С. История Древней Греции [Электронный ресурс]: учебник для вузов. – М.: Юрайт, 2018. – <https://biblio-online.ru/book/0D522E9E-EAB5-4F8C-806F-CE92B127580A/istoriya-drevney-grecii>.
15. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: Учебник. http://www.media.utmn.ru/library_view_book.php?chapter_num=2&bid=33