

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета СПО, к.э.н.
Чернова Н.А.
«26» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«История рекламы»

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Максимальная нагрузка по дисциплине, часов</u>	70
Аудиторные занятия, часов	48
в т.ч. лабораторно–практические занятия, часов	
Самостоятельная работа, часов	22

Санкт-Петербург 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по
специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

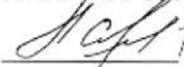
наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

экономических дисциплин и рекламы

Протокол № 9 от 15.06.2020 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель:  /Березина С.А./

Разработчики:

Филиппова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории

Аннотация

Рабочая программа учебной дисциплины «История рекламы» является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Программа учебной дисциплины может быть использована в профессиональных образовательных организациях при реализации программ подготовки специалистов среднего звена, повышения квалификации и переподготовки рабочих кадров и специалистов среднего звена по направлению 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Учебная дисциплина «История рекламы» является дисциплиной общего гуманитарного и социально-экономического учебного цикла.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

- подбирать иллюстративный материал к лекционному материалу;
- проводить исследовательскую работу по вопросам, связанным с возникновением брендов, торговых марок и фирменного стиля.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

- основные этапы становления рекламных процессов;
- факторы, влияющие на развитие рекламных процессов;
- своеобразие рекламных процессов в различных общественно-исторических условиях;
- периодизацию появления различных рекламных жанров.

Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки 70 часов,

в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки 48 часов;

самостоятельной работы 22 часа.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа обучающегося, выполнение творческих и проектных работ.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 3 семестре.

Язык обучения по дисциплине: русский.