**ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА 1**

**ТЕМА: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК ПРОФЕССИИ**

**Вопросы для изучения**

1.1. История развития рекламы в мире.

1.2. История развития связей с общественностью в мире.

2.3. История развития рекламы в России.

2.4. История развития связей с общественностью в России.

**1. Выполните практические задания**

**Внимание!**

**Задания необходимо выполнять самостоятельно. Идентично выполненные задания зачитываться не будут!**

1. Приведите примеры проторекламы в Древнем мире. Составьте рекламный текст (2-3 предложения), который мог бы озвучивать глашатай по заказу торговца из Древнего Рима.
2. Охарактеризуйте виды проторекламных письменных текстов в Древнем мире. Для этого приведите примеры таких прообразов и составьте краткие (2-3 предложения) рекламные тексты, которые могли быть использованы в эту эпоху.
3. Охарактеризуйте устную рекламу в Средние века. Кратко опишите, какие средства рекламы использовали средневековые торговцы, ремесленники, актеры и пр.
4. Сравните западноевропейскую и американскую рекламу Нового времени.

Это задание можно сделать в виде таблицы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии сравнения | Западноевропейская реклама  Нового времени | Американская реклама Нового времени |
| Основные характеристики |  |  |
| Основные издания |  |  |
| Персоналии |  |  |

**Источник:** Николаева М.А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций [Текст] + CD: учебно-методический комплекс / М.А. Николаева; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2012. – 174 с. — URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/417/1/uch00013.pdf.

1. Каковы особенности истории развития РR?

Это задание можно сделать в виде таблицы, в графы которой кратко впишите основные моменты развития РR в обозначенные временные отрезки

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PR в XIX в. | PR в 1917 г. – конце 1930-х гг. | PR в 1940–60-е гг. | PR в 1970–80-е гг. |
|  |  |  |  |

**Источник:** Артамонов Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 c. — ISBN 978-5-292-04611-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/99033.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

1. Охарактеризуйте деятельность профессиональных глашатаев-зазывал во времена Киевской Руси в X–XI вв. и приведите примеры текстов, с помощью которых они рекламировали товары.
2. Охарактеризуйте особенности советской рекламы.

Это задание можно сделать в виде таблицы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Реклама времен Гражданской войны и НЭПа | Советская реклама 1930-1950-х гг | Эволюция советской рекламы в 1960-1980-е гг |
|  |  |  |

**Источник:** Присмотрова К. А. История развития рекламы в России // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. 2014. Т. 5. № 1 (13). С. 253-256. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24298109.

1. Раскройте основные характеристики основных моделей современной теории РR-деятельности, предложенных Дж. Грюнигом и Т. Хантом.Сделайте краткие собственные выводы относительно каждой модели

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Манипулятивная модель | Информирование общественности | Научное убеждение | Взаимовлияние |
| Время существования |  |  |  |  |
| Суть данной модели |  |  |  |  |
| Персоналии и их основная деятельность |  |  |  |  |
| Собственные выводы |  |  |  |  |

**Источник:** Зайцев А. В. Диалогическая модель связей с общественностью Дж. Грюнига и современность // Вестник КГУ. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskaya-model-svyazey-s-obschestvennostyu-dzh-gryuniga-i-sovremennost>.

**Источник:** Чилингир Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 c. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/95336.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

**2. Сделайте конспект статьи из источника, ответив на вопросы:**

1. Основы рекламирования в Древней Руси.
2. Реклама в петровскую эпоху.
3. Реклама в ХIХ – ХХ в.

**Источник**: Присмотрова К. А. История развития рекламы в России // [Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34114101). 2014. Т. 5. [№ 1 (13)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34114101&selid=24298109). С. 253-256. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24298109>

**Конспект** - это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги. В конспекте воспроизводят не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается, то есть в работе над конспектом должна присутствовать самостоятельность. Конспект служит не только для запоминания материала. Такая работа становится средством развития способности выделять самое главное, существенное в учебном материале, классифицировать информацию.

**Правила конспектирования**

1. Записать название конспектируемого источника и его выходные данные.

2. Осмыслить основное содержание текста, дважды прочитав его.

3. Составить план - основу конспекта.

4. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста.

5. Сделать собственные выводы.

6. Объем конспекта должен составлять около 1-1,5 страниц.

**При конспектировании нужно пользоваться оформительскими средствами:**

* Делать в тексте конспекта подчёркивания.
* Заключать основные понятия и т. п. в рамки.
* Пользоваться при записи различными цветами.
* Писать разными шрифтами.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Артамонов Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 c. — ISBN 978-5-292-04611-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99033.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Болтуц О. А. Амос Кендалл: специфика истории формирования pr в США // ИСОМ. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/amos-kendall-spetsifika-istorii-formirovaniya-pr-v-ssha>.
3. Докторов Б. Джон Уонамейкер и Джон Пауэрс. Начало многих дорог // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2006, № 6. <http://www.teleskop-journal.spb.ru/files/dir_1/article_content1211646268223812file.pdf>
4. Зайцев А. В. Диалогическая модель связей с общественностью Дж. Грюнига и современность // Вестник КГУ. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dialogicheskaya-model-svyazey-s-obschestvennostyu-dzh-gryuniga-i-sovremennost>.
5. Звягинцев А. В. Реклама и журналистика (к вопросу о взаимодействии) // Наука. Инновации. Технологии. 2002. №30. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-i-zhurnalistika-k-voprosu-o-vzaimodeystvii>.
6. Кузнецова Е. В. Связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Е. В. Кузнецова. — Саратов : Вузовское образование, 2017. — 125 c. — ISBN 978-5-906172-26-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/61081.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей/
7. Муртазина С. А. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие / С. А. Муртазина, В. В. Хамматова. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2013. — 124 c. — ISBN 978-5-7882-1397-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/61972.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
8. Николаева М.А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций [Текст] + CD: учебно-методический комплекс / М.А. Николаева; ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2012. – 174 с. — URL: http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/417/1/uch00013.pdf.
9. Присмотрова К. А. История развития рекламы в России // [Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34114101). 2014. Т. 5. [№ 1 (13)](https://www.elibrary.ru/contents.asp?id=34114101&selid=24298109). С. 253-256. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24298109>.
10. Тангейт М. Всемирная история рекламы / Тангейт Марк ; перевод А. Зотагин, В. Ибрагимов ; под редакцией Ю. Быстровой. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 286 c. — ISBN 978-5-9614-5787-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86728.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
11. Чилингир Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 c. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/95336.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
12. Чимаров С. Ю. Связи с общественностью: из истории становления профессии // Управленческое консультирование. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svyazi-s-obschestvennostyu-iz-istorii-stanovleniya-professii>.