

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.06.2023 16:09:58  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Филологический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **РУССКАЯ РЕКЛАМА: ОТ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ДО ЦИФРОВИЗАЦИИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

#### **42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

#### **ЖУРНАЛИСТИКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Русская реклама: от визуализации до цифровизации» входит в программу магистратуры «Журналистика больших данных» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 7 разделов и 0 тем и направлена на изучение рекламы, как основы медиабизнеса.

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся ясного представления о том, что реклама является областью культуры, активно работает в сфере журналистики и выполняет на практике культурно-просветительскую миссию; изучить предпосылки возникновения рекламы, а также культуроформирующие образы специалистов в этой сфере.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Русская реклама: от визуализации до цифровизации» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1 Знает основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации»; УК-5.2 Умеет коммуницировать и создавать официально-деловые, научные и профессиональные тексты, учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности аудитории / собеседника / оппонента; УК-5.3 Владеет навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур;
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах;
ОПК-8	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.	ОПК-8.1 Умеет анализировать большие данные и внедряет в этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта; ОПК-8.2 Оценивает новые редакционные технологии;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Русская реклама: от визуализации до цифровизации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Русская реклама: от визуализации до цифровизации».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		Учебно-ознакомительная практика; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика;
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		Учебно-ознакомительная практика; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика;
ОПК-8	Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.		Учебно-ознакомительная практика; Профессионально-творческая практика; Преддипломная практика; ERP и CRM системы; Цифровые исследования; Алгоритмы обработки массивов данных; Программирование на языке R; Программирование на языке Python;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Русская реклама: от визуализации до цифровизации» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1.1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	27		27
Лекции (ЛК)	9		9
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	18		18
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	36		36
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	72
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	2

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 7	Миссия современной рекламы в цифровой среде			

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

- Евстафьев Владимир Александрович. История российской рекламы. Современный период : учебное пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Дашков и К, 2017. - 872 с. : ил. - (Учебные издания для магистров). - ISBN

978-5-394-02686-7 : 1529.00

2. Тангейт Марк. Всемирная история рекламы : пер. с англ. / М. Тангейт. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 286 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5787-2 : 880.00.

3. Ученова Виктория Васильевна. История рекламы : учебник для вузов / В.В. Ученова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2008, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01462-3 : 401.60.

*Дополнительная литература:*

1. Абанкина, Т. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» / Т. Абанкина // Отечественные записки. – 2005. - № 4. URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga>

2. Бешукова Ф.Б. Роль стереотипов и архетипов массового сознания в рекламной коммуникации / Ф.Б. Бешукова, И.Н. Хаткова // Вестн. Адыгейского гос. ун-та. Сер 2: Филология и искусствоведение. – 2016. – № 1(172). – С. 137-144 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-stereotipov-i-arhetipov-massovogo-soznaniya-v-reklamnoy-kommunikatsii> (04.12.16)

3. Бурдовская Е. Особенности российской рекламы в прессе в период коммерциализации 1830-1850-х гг. ( на примере газет "Северная пчела", "Санкт-Петербургские ведомости", "Купец", "Коммерческая газета") / Е. Бурдовская // Журналистика и общество. - 2008. - №11. - С.6-12. - ISSN 1810-2969.

4. Буркова Е.А. Русское пьянство как национальный стереотип и эффективные стратегии его разрушения посредством социальной рекламы // Современная стратегия противодействия наркомании, алкоголизму и иным асоциальным явлениям : сб. материалов междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж, 2016. – С. 393-400 ; Доступ к полному тексту после регистрации [Электронный ресурс]. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=26825573> (04.12.16)

5. Голубева М.А. Тенденции развития российской социальной рекламы и американский опыт / М.А. Голубева // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: Проблемы и перспективы. - М. : Изд-во РУДН, 2017. - С. 211 - 215. - ISBN 978-5-209-08427-3.

6. Евстафьев В. А., Ткаченко А. П. История рекламных коммуникаций Японии / В. А. Евстафьев, А. П. Ткаченко. - М. : ИМА-пресс, 1998. - 133 с.

7. Девлетов, О.У. История отечественной рекламы за 150 лет (1840–1990) : учебное пособие для студентов вузов / О.У. Девлетов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 348 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6473-5 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429705> (17.09.2018).

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/elsevier/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при*

*освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Русская реклама: от визуализации до цифровизации».


\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**


Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Русская реклама: от визуализации до цифровизации» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.


**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	 <hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Бурдовская Елена Юрьевна <i>Фамилия И.О.</i> <hr/>
-----------------------------	--	--

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	 <hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Барабаш Виктор Владимирович <i>Фамилия И.О.</i> <hr/>
---	---	---

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	 <hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Барабаш Виктор Владимирович <i>Фамилия И.О.</i> <hr/>
--	---	---