

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО»

Кафедра менеджмента и социокультурных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Уровень высшего образования – бакалавриат

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль – Реклама и связи с общественностью в социокультурной сфере

Форма обучения – очная, заочная

Год набора – 2024 год

Луганск 2024

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ОПОП и ФГОС ВО направлений подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512

Программу разработала В. В. Смоляр, преподаватель кафедры менеджмента и социокультурных технологий Академии Матусовского.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента и социокультурных технологий Академии Матусовского

Протокол № 1 от 30.08. 2024 г.

Зав. кафедрой

Аронова В.В.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» входит в обязательную часть дисциплин ОПОП и ФГОС ВО (уровень бакалавриат) и адресована студентам 1 курса (I и II семестры) направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Академии Матусовского.

Дисциплина реализуется кафедрой менеджмента и социокультурных технологий.

Предметом изучения учебной дисциплины является суть, функции и методы таких инструментов массовой коммуникации как связи с общественностью и реклама.

Междисциплинарные связи: изучение дисциплины предопределяется учебным планом и коррелирует с обязательными дисциплинами социально-гуманитарной и профессиональной подготовки.

Содержание программы отражает представление об истории становления и современном состоянии рекламно-информационной деятельности, перспективах ее развития; о базовых принципах планирования, организации, проведения и анализа эффективности пиар- и рекламных кампаний; а также о методах их реализации.

Изучение дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» направлено на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

использование основы полученных теоретических знаний при решении практических задач;

применение количественных и качественных методов анализа при оценке состояния медиасреды, а также изучении общественного мнения;

владение способностью понимать и анализировать социальные проблемы.

Дисциплина изучается в течение двух семестров (1 и 2 семестры). Итоговая форма контроля в каждом из них – зачет с оценкой и экзамен.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы, 216 часов. Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия – 36 часов для очной формы обучения, 11 часов – для заочной формы обучения; семинарские занятия – 34 часов для очной формы, 11 – для заочной формы обучения, самостоятельная работа – 83 часов для очной формы, 96 часов – для заочной формы обучения, контроль – 63 часа для очной формы, 96 часов – для заочной формы обучения.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель курса «История рекламы и связей с общественностью» являются одним из основных для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью». Целью является подготовка бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», владеющих основными знаниями и навыками по разработке и использованию рекламы и средств PR в различных областях деятельности, по планированию и проведению рекламных и PR кампаний, созданию рекламно-информационных материалов. Успешное освоение курса предполагает изучение и закрепление теоретических основ рекламной и PR деятельности, а также получение навыков по разработке рекламной стратегии, рекламно-информационных материалов, организации проведения рекламной и PR кампаний, освоение правовых вопросов коммуникационной деятельности. Изучение курса следует проводить последовательно по темам, указанным в программе, с использованием методических указаний, рекомендуемой литературы и контрольных вопросов. Необходимо выполнить также контрольные задания, которые позволят закрепить полученный теоретический и практический материал.

Задачи курса:

- познакомить обучающихся с основными этапами становления рекламных и PR-технологий в России и за рубежом;

- обучить обучающихся методам анализа и критического осмысления истории рекламы и PR;

- сформировать у обучающихся навык самостоятельного овладения новыми методами исследования в рамках профиля своей профессиональной деятельности

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части. Данному курсу должно предшествовать изучение таких дисциплин, как «Всемирная история», «Культурология», «Русский язык», сопутствовать «История рекламы и связей с общественностью», «Основы коммуникаций», «Психология», которые логически, содержательно и методически связаны с дисциплиной «История рекламы и связей с общественностью». Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно методологический фундамент последующего изучения курса «История рекламы и связей с общественностью».

Изучение дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Имиджелогия», «Основы копирайтинга», «Спичрайтинг» и др. В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на формирование компетенций в соответствии с ФГОС ВО направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью: ОПК-3.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	знать: <ul style="list-style-type: none">• историко-культурный контекст развития индустрии рекламы и PR. уметь: <ul style="list-style-type: none">• анализировать культурные явления в их взаимосвязи со сферой рекламы и PR владеть: <ul style="list-style-type: none">• навыками презентации результатов историко-культурных исследований в сфере рекламы и PR в форме медиапродукта

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Количество часов									
	Очная форма					Заочная форма				
	Всего	В том числе				Всего	В том числе			
		л	п р	с.р.	ко н		л	пр	с.р.	кон
I семестр										
Тема 1. Реклама и pr в доисторическом обществе										
Тема 1. Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Зарождение межкультурной коммуникации										
Тема 2. Коммуникация как средство поддержания власти.										
РАЗДЕЛ 2 РЕКЛАМА И PR В АНТИЧНОСТИ										
Тема 3. Социальные факторы формирования культуры. Жанровая дифференциация устной коммуникации в античном городе. Деловая коммуникация в период античности.										
Тема 4. Международная и межкультурная коммуникация Древнего мира. Деловая коммуникация в Античном мире										
РАЗДЕЛ 3 РЕКЛАМА И PR В СРЕДНИЕ ВЕКА										
Тема 5. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе. Конфессиональная протореклама										
Тема 6. Торговая и цеховая										

Московского царства.										
Тема 13. Советская пропаганда.										
Тема 14. Коммуникация в экономической сфере										
Тема 15. Период институционализации рекламы и связей с общественностью в России										
Всего часов обучения за II сем	108	20	20	3	36	108				
Всего часов обучения	216	36	34	7	72	216				

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1 РЕКЛАМА И PR В ДОИСТОРИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 1. Реклама как «мягкая сила» и как маркетинговая коммуникация. Реклама и социальное управление.

Тема 1. Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Зарождение межкультурной коммуникации

1. Визуальные, перформансные, мифологические средства коммуникации в первобытном обществе.

2. Коммуникация как средство достижения и поддержания власти.

3. Формирование межкультурного интеллектуального пространства.

Групповая дискуссия: «Периодизация мировых культурных контактов».

Тема 2. Коммуникация как средство поддержания власти.

1 Особенности коммуникативного воздействия в политической сфере.

2. Групповая дискуссия: «Формирование имиджа правителя на Востоке и Западе»

РАЗДЕЛ 2 РЕКЛАМА И PR В АНТИЧНОСТИ

Тема 3. Социальные факторы формирования культуры. Жанровая дифференциация устной коммуникации в античном городе. Деловая коммуникация в период античности.

1. Культура урбанизма. Выделение профессиональной рекламы из проторекламных текстов.

2. Групповая дискуссия: «Варианты предметноизобразительной рекламы в античности».

3. Письменная реклама.

Тема 4. Международная и межкультурная коммуникация Древнего мира. Деловая коммуникация в Античном мире

1. Особенности СО и рекламы в Древних государствах речных долин (Египет, Междуречье, Древняя Индия, Китай).

2. СО и реклама в Древней Греции: первые опыты общественного диалога равных.

3. Групповая дискуссия: ««Хлеба и зрелищ» - власть и толпа в императорском Риме».

РАЗДЕЛ 3 РЕКЛАМА И PR В СРЕДНИЕ ВЕКА

Тема 5. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе. Конфессиональная протореклама.

1. Распространения христианских религиозных представлений, в деятельности пастырей, проповедников, миссионеров.

2. Групповая дискуссия: «Религиозные процессии - существенная часть

отправления культа».

Тема 6. Торговая коммуникация в Средние века

1. Развитие рекламы в западноевропейской средневековой культуре.
2. Общая характеристика периода. Конфессиональная протореклама. Рекламные функции средневековых городских глашатаев. Рекламная деятельность герольдов. Фольклорные виды устной рекламы. Групповая дискуссия: «Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе».

Тема 7. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе.

1. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы.
2. Групповая дискуссия: «Эпоха Ренессанса — новый этап в развитии политической коммуникации».

РАЗДЕЛ 4 РЕКЛАМА И PR В ПЕРИОД НОВОГО ВРЕМЕНИ

Тема 8. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере.

1. Экономико-политические и национальнокультурные особенности развития стран Западной Европы XIX в.
2. Групповая дискуссия: «Диверсификационные тенденции в европейском рекламном процессе».

Тема 9. Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры.

1. Информационная революция и реклама. Типографское тиражирование — качественно новый этап в развитии рекламного процесса.
2. Первое печатное рекламное объявление. Групповая дискуссия: «Формирование новых рекламных жанров: печатного объявления, каталога, проспекта и др.»

Тема 10. Международная коммуникация в XVII– XVIII вв.

1. Индустриально-массовое производство товаров и формирование потребительского общества, перелом в развитии рекламного процесса в странах Западной Европы: Англии, Франции, Германии.
2. Групповая дискуссия: «Общие закономерности в развитии рекламы европейских стран»

РАЗДЕЛ 5 РЕКЛАМА И PR В XIX – XX ВВ.

Тема 11. Коммуникационная мысль в XIX в. Зарождение методологии и исследований в сфере коммуникации. Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Рекламные новации в английской культуре.

1. Первый колониальный опыт в развитии североамериканской рекламы. Бенджамин Франклин.
2. Английские предприниматели в области рекламы: Томас Роджерс,

Вудфэлд, братья Стюарт, Джон Белл.

3. Групповая дискуссия: «Жанровое обогащение рекламных материалов, их иллюстративное оформление и техническое обеспечение (передвижные установки, «тротуарная живопись», витрины, и т.д.)».

Тема 12. Профессиональные объединения PR специалистов и их деятельность. Связи с общественностью в политической и социальной сфере.

1. Интегративное взаимодействие рекламного опыта разных стран Западной Европы в XIX в.

2. Организация национальных и всемирных промышленно-торговых выставок.

3. Награды победителей выставок – рекламный фактор в дальнейшем сбыте товаров.

4. Групповая дискуссия: «Связи с общественностью в политической и социальной сфере»

РАЗДЕЛ 6 РЕКЛАМА И PR В РОССИИ

Тема 13. Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского царства.

1. Истоки русского рекламирования. Крещение Руси. Раскол церкви (1054 г.), следование восточному образцу христианства – православию.

2. Институциональная устная реклама на Руси: деятельность царских глашатаев - вестников.

3. Национальная специфика в рекламных жанрах ярмарочного фольклора: заклички, прибаутки, речитативный уговор, раёшный стих.

4. Групповая дискуссия: «Развитие прессы в России. Рукописная протогазета «Куранты». Первая русская газета – «Ведомости» Петра I. Газета «Московские ведомости»».

Тема 14. Советская пропаганда.

1. Агитация и пропаганда в годы Гражданской войны. Расцвет отечественной рекламы в период НЭПа.

2. Вклад в развитие российской рекламы поэта В.В. Маяковского. Натурализм и лубок – основные художественные стили советского рекламного коммерческого плаката.

3. Групповая дискуссия: «Новая веха в истории отечественной рекламы: журнал «Советский экспорт»».

Тема 15. Коммуникация в экономической сфере

1. «Перестройка» М. Горбачёва – новый этап в развитии российской рекламы.

2. Формирование рекламного бизнеса как отрасли экономики в стране в 1991 - 1994 гг.

3. Групповая дискуссия: «Вклад О.А. Феофанова в развитие отечественной теории и практики рекламы».

Тема 16. Период институционализации рекламы и связей с общественностью в России.

1. Развитие системы маркетинговых коммуникаций в новой России.
2. Рост числа рекламных агентств и интенсификация их деятельности.
3. Основоположники отечественных рекламных школ в области аудиовизуальной рекламы: Ю. Грымов и Т. Бекмамбетов.
4. Групповая дискуссия: «Конкурсы рекламной продукции. Шедевры современного отечественного рекламного искусства».

6.1 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ / СЕМИНАРСКИХ ЗАДАНИЙ

РАЗДЕЛ 1 РЕКЛАМА И PR В ДОИСТОРИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 1. Реклама как «мягкая сила» и как маркетинговая коммуникация. Реклама и социальное управление.

Тема 1. Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Зарождение межкультурной коммуникации

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 2. Коммуникация как средство поддержания власти.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 2 РЕКЛАМА И PR В АНТИЧНОСТИ

Тема 3. Социальные факторы формирования культуры. Жанровая дифференциация устной коммуникации в античном городе. Деловая коммуникация в период античности.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 4. Международная и межкультурная коммуникация Древнего мира. Деловая коммуникация в Античном мире

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 3 РЕКЛАМА И PR В СРЕДНИЕ ВЕКА

Тема 5. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе. Конфессиональная протореклама.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 6. Торговая коммуникация в Средние века

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 7. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 4 РЕКЛАМА И PR В ПЕРИОД НОВОГО ВРЕМЕНИ

Тема 8. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 9. Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 10. Международная коммуникация в XVII– XVIII вв.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 5 РЕКЛАМА И PR В XIX – XX ВВ.

Тема 11. Коммуникационная мысль в XIX в. Зарождение методологии и исследований в сфере коммуникации. Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Рекламные новации в английской культуре.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 12. Профессиональные объединения PR специалистов и их деятельность. Связи с общественностью в политической и социальной сфере.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 6 РЕКЛАМА И PR В РОССИИ

Тема 13. Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского царства.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 14. Советская пропаганда.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 15. Коммуникация в экономической сфере

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 16. Период институционализации рекламы и связей с общественностью в России.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки доклада, презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- для студентов заочной формы обучения – написание рефератов;
- подготовка к экзамену в 1-м и 2-м семестрах.

7.1 ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К САМОСТОЯТЕЛЬНЫМ ЗАНЯТИЯМ

РАЗДЕЛ 1 РЕКЛАМА И PR В ДОИСТОРИЧЕСКОМ ОБЩЕСТВЕ

Тема 1. Реклама как «мягкая сила» и как маркетинговая коммуникация. Реклама и социальное управление.

Тема 1. Факторы, обусловившие возникновение коммуникации. Зарождение межкультурной коммуникации

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 2. Коммуникация как средство поддержания власти.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 2 РЕКЛАМА И PR В АНТИЧНОСТИ

Тема 3. Социальные факторы формирования культуры. Жанровая дифференциация устной коммуникации в античном городе. Деловая коммуникация в период античности.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 4. Международная и межкультурная коммуникация Древнего мира. Деловая коммуникация в Античном мире

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 3 РЕКЛАМА И PR В СРЕДНИЕ ВЕКА

Тема 5. Политическая коммуникация в раннесредневековом обществе. Конфессиональная протореклама.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 6. Торговая коммуникация в Средние века

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 7. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 4 РЕКЛАМА И PR В ПЕРИОД НОВОГО ВРЕМЕНИ

Тема 8. Социальная коммуникация в государственной и политической сфере.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 9. Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 10. Международная коммуникация в XVII– XVIII вв.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 5 РЕКЛАМА И PR В XIX – XX ВВ.

Тема 11. Коммуникационная мысль в XIX в. Зарождение методологии и исследований в сфере коммуникации. Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Рекламные новации в английской культуре.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 12. Профессиональные объединения PR специалистов и их деятельность. Связи с общественностью в политической и социальной сфере.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

РАЗДЕЛ 6 РЕКЛАМА И PR В РОССИИ

Тема 13. Коммуникация в государственной и политической сфере: от Древней Руси до Московского царства.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 14. Советская пропаганда.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 15. Коммуникация в экономической сфере

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

Тема 16. Период институционализации рекламы и связей с общественностью в России.

Тезисы:

Выполнить:

Литература:

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ СТУДЕНТОВ

8.1. ТЕСТИРОВАНИЕ

8.2 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

8.3. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

9. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» осуществляется студентами в ходе прослушивания лекций, участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В рамках лекционного курса материал излагается в соответствии с рабочей программой. При этом преподаватель подробно останавливается на концептуальных темах курса, а также темах, вызывающих у студентов затруднение при изучении. В ходе проведения лекции студенты конспектируют материал, излагаемый преподавателем, записывая подробно базовые определения и понятия.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оценением. Также внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: планированию и проведению PR-акций, подготовке и проведению мероприятий для СМИ, разработке PR

поводов и создания медиатекстов, которые используются в качестве медиасопровождения деятельности Академии в ее медиаресурсах: на официальном сайте, в группах в соцсетях, в газете «Камертон», в видеосюжетах и телепроектах Студенческого Интернет-ТВ.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации. При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Семинарские занятия	Дискуссии, коллективное решение творческих задач, ролевая игра

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Шкала оценивания (интервал баллов) ²	Критерий оценивания
Тестовые задания	
5	95-100% правильных ответов
4	80-94% правильных ответов
3	60-79% правильных ответов
2	менее 60% правильных ответов
Вопросы к зачету с оценкой	
5	<p>Если студент полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; методически верно излагает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; демонстрирует дикционную культуру, соблюдение орфоэпических законов и логику речи.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закрепленные элементарные навыки по сценической речи. Методически верно, последовательно и самостоятельно занимается совершенствованием техники речи. Морально-волевые качества студента – в отличном состоянии. Владение нормами литературного произношения (русская орфоэпия), развитый речевой слух. Студент умеет анализировать художественное произведение, обосновать его выбор, определить сверхзадачу чтения. Безукоризненно выполнять логический анализ текста, верно выполнять интонирование знаков препинания. Студент должен принимать участие в публичных выступлениях. Постоянное усовершенствование природных данных, стремление к самосовершенствованию.</p>
4	<p>Если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закрепленные элементарные навыки по сценической речи. Усвоены и закреплены все упражнения по технике речи и нормы литературного произношения, сложные упражнения с физической нагрузкой выполнены почти без существенных ошибок, но студент еще не умеет методически верно выстраивать отдельные разделы тренинга. Не в совершенстве владеет художественной перспективой текста, не четко фиксирует найденное, но на достаточном уровне владеет средствами художественной выразительности при воплощении текста. В определенной степени развиты у студента морально-волевая подготовка (полностью исчезли ощущение страха, растерянность). Студент проводит логический анализ текста, реализует словесное действие, но еще не хватает опыта в передаче киноленты видения и иллюстрированного подтекста. Развиты творческое воображение и фантазия, стремление к самоусовершенствованию.</p>
3	<p>Если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки; плохо владеет элементами техники речи и словесного действия.</p> <p>Студент имеет удовлетворительную практическую подготовку. Упражнения по технике речи выполняются формально. Отсутствует творческий подход, в практике не фиксируются нормы литературного произношения. Морально-волевая подготовка достигла посредственного уровня: речевой аппарат напряжен, не четкая дикция. Словесное действие реализуется без определенной эмоциональной нагрузки. Недостаточно чуткого мастерства в средствах художественного воплощения.</p>

2	<p>Если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом</p> <p>Студент не имеет определенной практической подготовки и слишком посредственные навыки по технике речи, часто не выполняет задания педагога, самостоятельно работает небрежно и без желания. Приемы сохраняются только на начальном уровне, не используются базовые практические упражнения и элементы. Отсутствует фиксация найденного, не владеет логикой словесного действия. Не развиты до надлежащего состояния морально-волевые качества студента, присутствует «мышечный зажим». Студенту несвойственна любовь к слову, что звучит, он часто ленится, не работает над собой, нет желания проявлять себя как творческую личность.</p>
Вопросы к экзамену	
5	<p>Если студент полно и аргументировано отвечает по содержанию задания; методически верно излагает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; демонстрирует дикционную культуру, соблюдение орфоэпических законов и логику речи.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закреплённые элементарные навыки по сценической речи. Методически верно, последовательно и самостоятельно занимается совершенствованием техники речи. Морально-волевые качества студента – в отличном состоянии. Владение нормами литературного произношения (русская орфоэпия), развитый речевой слух. Студент умеет анализировать художественное произведение, обосновать его выбор, определить сверхзадачу чтения. Безукоризненно выполнять логический анализ текста, верно выполнять интонирование знаков препинания. Студент должен принимать участие в публичных выступлениях. Постоянное усовершенствование природных данных, стремление к самосовершенствованию.</p>
4	<p>Если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.</p> <p>Студент имеет достаточно развитую профессиональную подготовку и стабильно закреплённые элементарные навыки по сценической речи. Усвоены и закреплены все упражнения по технике речи и нормы литературного произношения, сложные упражнения с физической нагрузкой выполнены почти без существенных ошибок, но студент еще не умеет методически верно выстраивать отдельные разделы тренинга. Не в совершенстве владеет художественной перспективой текста, не четко фиксирует найденное, но на достаточном уровне владеет средствами художественной выразительности при воплощении текста. В определенной степени развиты у студента морально-волевая подготовка (полностью исчезли ощущение страха, растерянность). Студент проводит логический анализ текста, реализует словесное действие, но еще не хватает опыта в передаче киноленты видения и иллюстрированного подтекста. Развиты творческое воображение и фантазия, стремление к самосовершенствованию.</p>
3	<p>Если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки; плохо владеет элементами техники речи и словесного действия.</p> <p>Студент имеет удовлетворительную практическую подготовку. Упражнения по технике речи выполняются формально. Отсутствует творческий подход, в практике не фиксируются нормы литературного произношения. Морально-волевая подготовка достигла посредственного уровня: речевой аппарат напряжен, не четкая дикция. Словесное действие реализуется без определенной эмоциональной нагрузки. Недостаточно чёткого мастерства в средствах художественного воплощения.</p>
2	<p>Если студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «2» отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом</p> <p>Студент не имеет определенной практической подготовки и слишком посредственные навыки по технике речи, часто не выполняет задания педагога, самостоятельно работает небрежно и без желания. Приемы сохраняются только на начальном уровне, не используются базовые практические упражнения и элементы. Отсутствует фиксация найденного, не владеет логикой словесного действия. Не развиты до надлежащего состояния морально-волевые качества студента, присутствует «мышечный зажим». Студенту несвойственна любовь к слову, что звучит, он часто ленится, не работает над собой, нет желания проявлять себя как творческую личность.</p>

**11. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ,
УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**
Основная литература:

**11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки Академия Матусовского. Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.