

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины
(модуля)

История рекламы и кино

Разработчик (и):
Хохлина Н.В., канд. филологических наук,
доцент кафедры ФМККиЖ ФГАОУ ВО
«МАУ».

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики
наименование кафедры
протокол № 5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

Мурманск
2026

Пояснительная записка

Объем дисциплины 5 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИД-1УК-5 Анализирует и интерпретирует межкультурное разнообразие современного общества на основе знания истории ИД-2УК-5 Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения ИД-3УК-5 Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия в процессе коммуникации в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	Знать: социокультурную специфику различных обществ и групп в рамках культурного многообразия; основные подходы к изучению и осмыслению культурного многообразия в рамках философии, социальных и гуманитарных наук в области киноиндустрии. Уметь: определять и применять способы межкультурного взаимодействия различных социокультурных ситуациях в рамках социально-исторического, этического философского контекста.
ПК-3 - Способен понимать сущность и значение информации в развитии общества, использовать основные методы получения и работы с информацией, применяя современные цифровые технологии и основываясь на принципах информационной безопасности.	ПК-3.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта ПК-3.2. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта ПК-3.3. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте	Владеть: научной терминологией основных научных категорий гуманитарного знания в зарубежном и российском кинематографе.

2. Содержание дисциплины (модуля)

Раздел I. История рекламы

Тема 1. Истоки рекламной коммуникации

Сущность проторекламы. Символизация, демонстрация. Престижная протореклама. Знаки собственности и знаки авторства. Реклама в античном обществе: культура урбанизма, глашатаи. Виды устной и письменной рекламы в античном обществе. Политическая реклама Античности.

Тема 2. Реклама в западноевропейской культуре

Конфессиональная протореклама. Средневековые глашатаи и герольды. Фольклорные виды устной рекламы. Изобразительная реклама развитого Средневековья. Торговая и цеховая эмблематика. Религиозная реклама. Письменная реклама позднего Средневековья.

Тема 3. Новый этап рекламной деятельности в западной Европе и североамериканских колониях

Переворот в тиражировании информации. Новые рекламные жанры. Титульный лист. Рождение печатных афиш. Эмблемы и экслибрисы. Начало журналистики в Европе. Североамериканская реклама колониального периода. Недостатки рекламной деятельности.

Тема 4. Реклама в России: от Средневековья к новому времени

Элементы российской проторекламы. Истоки устного рекламирования. Ярмарочная реклама. Лубочные традиции. Конклюзии. Прообраз политической рекламы. Летучие листки. Реклама в российских газетах XVIII века. Российская изобразительная реклама в XIX – начале XX века. Эволюция лубочного творчества в XIX веке. Афиша и вывеска. Фирменный знак. Малые изобразительные формы рекламы. Рекламный процесс в первой четверти XIX века. Реклама в условиях коммерциализации прессы. Реклама в пореформенный период, на рубеже веков.

Тема 5. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке

Эпоха перелома в рекламной коммуникации. Рекламные новации в английской культуре. Иллюстрированная реклама. Подвижные рекламные приспособления. Начало плакатного бума. Жанр многоцветного плаката. Ведущие мастера французского рекламного плаката. Развитие рекламы в Германии XIX веке: витрины и выставки. Североамериканская реклама в XIX – начале XX века. Рекламный процесс на первом этапе независимости. Развитие рекламы в США во второй половине XIX века. Рекламная роль упаковки.

Раздел II. История кино

Тема 1. История кинематографа

Начало кинематографа. Братья Люмьер. Появление Голливуда. Кино в дореволюционной России. Довоенное и послевоенное кино. Кино периода войны. Кинематограф второй половины XX века. Советское и российское кино: от 1950-х до современности. Специфика кино на рубеже веков. Кинематограф XXI века.

Тема 2. Жанры кино

Понятие жанра. Драма и мелодрама. Комедия. Хоррор и триллер. Детектив и нуар. Фантастика и фэнтези. Вестерн. Боевик. Приключенческий фильм.

Тема 3. Технологии кинопроизводства

Препродакшн. Основы сценарного мастерства. Продакшн. Основы режиссуры. Постпродакшн.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению лабораторных/практических/контрольных работ (выбрать) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

1. Мето: Секреты создания структуры и персонажей в сценарии / Кристофер Воглер, Дэвид Маккенна ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. — 296 с.
2. Митта, А. Н. Кино между раем и адом / А. Н. Митта. — Москва : АСТ, 2019.
3. Искусство драматургии / Л. Эгри. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2020.
4. Искусство сериала: как стать успешным автором на TV / Памела Дуглас ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2017. — 370 с.
5. Миф и жизнь в кино: смыслы и инструменты драматургического языка / Александр Талал. — Москва : Альпина нонфикшн, 2018. — 394 с.
6. Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер. — Москва : Альпина Диджитал, 2007.
7. Психология для сценаристов: построение конфликта в сюжете / Уильям Индик ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2014. — 348 с. 74
8. Филд, С. Киносценарий / Сид Филд. — Москва : Эксмо, 2020.
9. Школа литературного и сценарного мастерства: от замысла до результата : рассказы, романы, статьи, нон-фикшн, сценарии, новые медиа / Юрген Вольф. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. — 408 с. — (Сценарное и писательское мастерство).

Дополнительная литература:

1. Голливудский стандарт: Как написать сценарий для кино и ТВ, который купят / Майкл Хейг ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2017. — 388 с.
2. Диалог: искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов / Роберт Макки ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2018. — 318 с.
3. Скрытый смысл: создание подтекста в кино / Линда Сегер ; пер. с англ. — Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. — 220 с. — (Сценарное и писательское мастерство).

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;
2. ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». — Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) MS Office;
- 2) Windows 7 Professional;
- 3) 7Zip;
- 4) Adobe Reader;
- 5) Mozilla FireFox;
- 6) LibreOffice.org

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой специалитета, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ;

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения		
	Заочная		
	Курс/сессия		Всего часов
	3/Зимняя	3/Летняя	
Лекции	2	2	4
Практические занятия	4	6	10
Самостоятельная работа	66	91	157
Подготовка к промежуточной аттестации	-	9	9
Всего часов по дисциплине	72	108	180

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	-	+	+
Количество рефератов	1	0	1

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п/п	Темы практических занятий
1	2
	Заочная форма
1	Тема 1. Истоки рекламной коммуникации
2	Тема 2. Реклама в западноевропейской культуре
3	Тема 3. Новый этап рекламной деятельности в западной Европе и североамериканских колониях
4	Тема 4. Реклама в России: от Средневековья к новому времени
5	Тема 5. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке
6	Тема 6. История кинематографа
7	Тема 7. Жанры кино
8	Тема 8. Технологии кинопроизводства