

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

11.03.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

М.1.1.3 Реклама в мировой культуре и искусстве

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Магистр

(бакалавр/магистр/специалист)

Программа магистратуры

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 1
Триместр 3

Распределение учебного времени

| | | |
|--|---------|-----------------------|
| Трудоемкость по учебному плану | 144 / 4 | часов/зачетных единиц |
| Лекции | 18 | часов |
| Лабораторные работы | - | часов |
| Практические занятия | 27 | часов |
| Иная контактная работа | 5 | часов |
| Всего контактной работы (без учета экз.) | 50 | часов |
| Контактная работа по экзамену | - | часов |
| Курсовой проект (работа) | - | триместр |
| Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.) | 94 | часов |
| Самостоятельная работа по подготовке к экзамену | - | часов |
| Экзамен | - | триместр |
| Зачет | - | триместр |
| БРК, ДЗ | 3 | триместр |

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

| | | | |
|--|-----------|-------------|----------------|
| доцент с ученой степенью кандидата наук | СНиТ | СОГЛАСОВАНО | В.В. Хренков |
| (должность) | (кафедра) | | (И.О. Фамилия) |

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

| | | | |
|---------------------|-------------|----------------|------------------------|
| 06.02.2024 | протокол № | 4 | (наименование кафедры) |
| (дата) | | | |
| Заведующий кафедрой | СОГЛАСОВАНО | К.Э. Бурнашев | |
| | | (И.О. Фамилия) | |

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)
кафедрой(ами).
СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

| | | |
|---------------------|-------------|----------------|
| Заведующий кафедрой | СОГЛАСОВАНО | К.Э. Бурнашев |
| | | (И.О. Фамилия) |

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит
выпускающая кафедра

| | |
|-------------|----------------|
| СОГЛАСОВАНО | В.П. Комисар |
| | (И.О. Фамилия) |

Эксперт(ы): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 г.
Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения |
|---|---|---|
| 1. УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии | знания: теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии умения: анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии; владения культурой межличностного общения; владения техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры. навыки: анализа важнейших идеологических и ценностных систем, сформировавшихся в ходе исторического развития; обоснования актуальности их использования при социальном и профессиональном взаимодействии |
| 2. 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 | знания: содержание понятий «культура», «художественная культура» и «искусство», функции искусства в обществе; основные этапы развития, виды, стили и жанры мировой художественной культуры и искусства; влияние культурно-исторических процессов различных эпох на формирование и изменения в словесно-образном искусстве; взаимосвязь и взаимовлияние художественных традиций, сюжетов и образов разных исторических эпох; место и роль русской культуры и искусства в рамках мировой художественной культуры и искусства; основные меры, направленные на сохранение и использование культурного наследия; основные культурно-исторические центры и их художественная ценность. умения: навыки: |

| | | |
|--|--|---|
| | <p>ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов</p> | <p>знания: основные этапы развития, виды, стили и жанры рекламного творчества в контексте мировой культуры и искусства; влияние культурно -исторических процессов различных эпох на формирование и изменения в рекламной деятельности; взаимосвязь и взаимовлияние художественных традиций и рекламной деятельности.</p> <p>умения: осознанно воспринимать лекционный материал и углублять его в процессе самостоятельной работы и семинарских занятий, а также в условиях дальнейшей профессиональной деятельности; понимать историческое значение произведений художественной культуры и применять это понимание при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов; анализировать художественное произведение, находить в нем черты эпохи, стиля и авторского своеобразия; видеть преемственность художественных традиций, сюжетов и образов разных исторических эпох; видеть общие черты и особенности художественных традиций разных народов, эпох и направлений; давать характеристику основных туристических центров России и мира; в письменной форме ответить на контрольные вопросы по мировой культуре и искусству.</p> <p>навыки: владения искусствоведческим анализом на проблемно-тематическом и структурно-композиционном уровнях при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов; ведения дискуссии по проблемам курса на семинарских занятиях; работы с исследовательской и справочной литературой в условиях подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработки и реализации иных коммуникационных продуктов.</p> |
|--|--|---|

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Этические и правовые стандарты в рекламной деятельности (УК-5), Современная философия и методология науки (УК-5)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Производственная практика. Научно-

исследовательская работа (ОПК-3), Производственная практика. Научно-исследовательская работа (распределенная) (ОПК-3); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (УК-5), Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-3)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, исследовательские, лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, проблемная лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3 триместр

| Виды и темы занятий | Количество часов | Формируемые компетенции |
|---|------------------|-------------------------|
| Историческое и философское изучение рекламы в мировой культуре и искусстве. История рекламы в культуре и искусстве зарубежных стран и России. | 139 | ОПК-3, УК-5 |
| Лекция. Задачи, структура, основная проблематика курса. Сущность и структура культуры. Философия культуры. Искусство и его функции. Проблема соотношения культуры и рекламы, соотношения искусства и рекламы. Школы, направления и теории в культурологии в пространстве философского знания и их влияние на рекламу. Актуальные проблемы истории рекламы в мировой культуре и искусстве. Социально-философские, культурологические и искусствоведческие аспекты рекламной деятельности. Влияние рекламы на жизнь, культуру и искусство современного общества. | 18 | |
| Практическое занятие. Феномен рекламы в культуре. Философия культуры. Искусство и его функции. Проблема соотношения, взаимосвязи массовой культуры и рекламы; соотношения, взаимосвязи искусства и рекламы. Школы, направления и теории в культурологии в пространстве философского знания и их влияние на рекламу. Актуальные проблемы истории рекламы в мировой культуре и искусстве. Социально-философские, культурологические и искусствоведческие аспекты рекламной деятельности. Влияние рекламы на жизнь, культуру и искусство современного общества. Реклама и экономическая сфера жизни общества. Формирование эстетического идеала в рекламе. Полифункциональность искусства и рекламы. Культура XX века. Новые виды искусства, новые границы художественного и их влияние на рекламу. Постмодернизм в искусстве и рекламе. | 27 | |

| | | |
|---|----|--|
| Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение конспектирование источников и учебной литературы к практическим занятиям, изучение материала и подготовка к текущему контролю, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала. | 94 | |
| Иная контактная работа: дифференцированный зачет (БРК), консультации | 5 | |

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Общие и утвердившиеся в практике правила и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Необходимо записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их.

В конспекте дословно записываются определения понятий, имена, термины, раскрывающие специфику объекта изучения. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

В конспект следует заносить всё, что преподаватель пишет на доске, а также рекомендуемые схемы, таблицы, диаграммы и т.д.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных студентами на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих

заданные вопросы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа студентов является важнейшей составной частью учебного процесса и представляет собой осознанную познавательную деятельность студентов, направленную на решение задач, определенных преподавателем.

В ходе самостоятельной работы студент решает следующие задачи:

- самостоятельно применяет в процессе самообразования учебно-методический комплекс, созданный профессорско-преподавательским составом института в помощь студенту;
- изучает учебную, научную и методическую литературу, углубляет и расширяет знания, полученные на лекциях;
- осуществляет поиск ответов на обозначенные преподавателем вопросы;
- самостоятельно изучает отдельные темы и разделы учебных дисциплин;
- самостоятельно планирует процесс освоения материала в сроки, предусмотренные графиком учебно-экзаменационных сессий на очередной учебный год;
- совершенствует умение анализировать и обобщать полученную информацию;
- развивает навыки научно-исследовательской работы.

Самостоятельная работа студента включает все ее виды, выполняемые в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования (ФГОС) и рабочим учебным планом:

- подготовку к текущим занятиям (лекция, практическое занятие, контрольная работа, тестирование, устный опрос);
- освоение учебного материала, вынесенного на самостоятельное изучение, кроме того:
- выполнение домашней работы;
- подготовку доклада;
- написание эссе;
- подготовка презентации.

Трудоемкость самостоятельной работы студентов в часах по всем дисциплинам указывается в рабочих учебных планах подготовки бакалавров по направлениям подготовки.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая обеспечена соответствующей литературой.

Методические рекомендации по работе с литературой

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.
2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования. Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Примерная тематика докладов (рефератов) на практических занятиях

1. Феномен рекламы в культурологическом знании.
2. Феномен рекламы в искусствоведческом знании.
3. Сущность рекламы, её цели, функции и субъекты в системе современного общества.
4. Философское измерение рекламы в системе культуры и искусства.
5. Реклама как механизм и фактор развития массовой культуры.
6. Понятие общества потребления и его идеология. Цели, функции и субъекты рекламы в обществе потребления.
7. Место и роль рекламы в мировой культуре.
8. Место и роль рекламы в мировом искусстве.
9. Амбивалентность функций рекламы в системе современной массовой культуры.
10. Реклама как проводник потребительских и материалистических ценностей в современном обществе.
11. Диалектические связи между рекламным пространством и культурой. Процесс взаимного формирования: культура – реклама.
12. Диалектические связи между рекламным пространством и искусством. Процесс взаимного формирования: искусство – реклама.
13. Аспекты символизации и мифологизации свойств товаров средствами рекламы.

14. Формирование эстетического идеала в рекламе.
15. Полифункциональность искусства и рекламы.
16. Новые виды искусства, новые границы художественного и их влияние на рекламу.

Результатом изучения курса является сдача *БРК*.

Любой обучающийся имеет право получить БРК по итогам работы в течение семестра (в соответствии с системой РИТМ).

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

| №№ п/п | Список используемой литературы | Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет |
|---|---|---|
| УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ | | |
| 1. | Соколова, Марина Валентиновна. Мировая культура и искусство [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальности 230500 "Социально-культурный сервис и туризм"] / М. В. Соколова. Москва: Academia, 2004. - 362 с. ISBN 5-7695-1372-1. Экземпляры: всего 20. | 20 |
| 2. | Культурология [Текст] : учеб. для студентов техн. вузов / [И.А.Акимов, Н.Г.Багдасарьян, В.А.Бобахо и др.]; Под ред. Н.Г.Багдасарьян. М.: Высшая школа, 1998. - 509 с. ISBN 5-06-003475-5. Экземпляры: всего 19. | 18 |
| 3. | Багновская, Н. М. Культурология [Электронный ресурс] : учебник / Н. М. Багновская. 3-е изд. Москва: Дашков и К°, 2021. - 419 с. ISBN 978-5-394-00963-1. | https://e.lanbook.com/book/229412 |
| 4. | Королева-Конопляная, Г. И. Культурология [Электронный ресурс] : хрестоматия / Г. И. Королева-Конопляная. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2019. - 1080 с. ISBN 978-5-394-03341-4. | https://e.lanbook.com/book/119262 |
| ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ | | |
| 1. | Научная электронная библиотека «Киберленинка» | http://cyberleninka.ru |

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

| №№ п/п | Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации | Перечень основного оборудования | Программное обеспечение |
|-----------|---|--|--|
| 1. | 333 (I) | Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1) | Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач |
| 2. | 430 (I) | Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1) | Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач |

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

| Уровень сформированности элементов компетенции | Критерии оценивания | Шкала оценивания |
|--|---|-------------------|
| Пороговый уровень | Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий. | удовлетворительно |

| | | |
|---------------------|---|---------|
| Продвинутый уровень | Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения | хорошо |
| Высокий уровень | Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ | отлично |

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Понятие и структура культуры.
2. Функции культуры.
3. Смысл культурного творчества человека.
4. Специфика художественной культуры.
5. Функции искусства.
6. Формы и виды искусства.
7. Гипотезы происхождения искусства.
8. Искусство как часть духовной культуры.
9. Амбивалентность функций рекламы в системе современной массовой культуры.
10. Реклама как проводник потребительских и материалистических ценностей в современном обществе.
11. Диалектические связи между рекламным пространством и культурой. Процесс взаимного

формирования: культура – реклама.

12. Диалектические связи между рекламным пространством и искусством. Процесс взаимного формирования: искусство – реклама.

13. Аспекты символизации и мифологизации свойств товаров средствами рекламы.

14. Формирование эстетического идеала в рекламе.

15. Полифункциональность искусства и рекламы.

16. Новые виды искусства, новые границы художественного и их влияние на рекламу.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Феномен рекламы в культурологическом знании.

2. Феномен рекламы в искусствоведческом знании.

3. Сущность рекламы, её цели, функции и субъекты в системе современного общества.

4. Философское измерение рекламы в системе культуры и искусства.

5. Реклама как механизм и фактор развития массовой культуры.

6. Понятие общества потребления и его идеология. Цели, функции и субъекты рекламы в обществе потребления.

7. Место и роль рекламы в мировой культуре.

8. Место и роль рекламы в мировом искусстве.

9. Значение рекламы в процессах формирования массового общества и массовой культуры.

10. Концептуальные основы современной эстетики.

11. Реклама и эстетика: диалектические связи.

12. Современные теории постиндустриального и информационного общества.

13. Влияние рекламы на духовные аспекты жизни общества.

14. Формирование эстетического идеала в рекламе.

15. Формирование этического идеала в рекламе.