


**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Центр довузовского образования**

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор Московского  
гуманитарного университета,  
профессор  
  
И.М. Ильинский  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ  
ПРОГРАММА**

Введение в профессию (реклама) для учащихся 9-х, 11-х классов и  
лиц имеющих основное общее или среднее общее образование  
- 14 часов  
(базовый уровень)

Оценочные и методические материалы

Социально-педагогическая направленность

Москва 2019

## **1. Оценка качества освоения программы**

По окончании обучения учащиеся предоставляют портфолио, по итогам проделанной работы выставляется оценка - зачтено.

Портфолио должно содержать от 5 до 8 творческих работ по одному из предложенных направлений.

### 1. Фотография, дизайн. Рекомендуемая тематика:

- портрет человека;
- пейзаж (городской, сельский);
- натюрморт
- свободная тема

### 2. Рисунок, живопись. Рекомендуемая тематика:

- портрет человека;
- пейзаж (городской, сельский);
- натюрморт
- свободная тема

Изобразительные материалы и поверхности на усмотрение автора. Работы принимаются в виде портфолио, формат работ А4. Первая страница портфолио должна быть оформлена в виде содержания (перечня) работ с обязательным указанием номинации (выбранного направления), названий сделанных работ, Ф.И.О. учащегося.

## **2. Учебно-методическое обеспечение**

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе"
2. Закон РФ от 7 февраля 1992г. N 2300-1 "О защите прав потребителей" (с изменениями от 2 июня 1993г., 9 января 1999г., 17 декабря 1999г., 30 декабря 2001г., 22 августа, 2 ноября, 21 декабря 2004г., 27 июля 2006г., 25 ноября 2006г.)
3. Указ Президента РФ «О защите потребителей от недобросовестной рекламы» от 10.06.1994г. № 1183
4. Постановление Правительство РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный

товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации». (в ред. от 08.02.2006 № 80).

5. Патентный Закон РФ (от 23 сентября 1992 г).

6. Закон РФ от 9.07.1993 г. № 5351-1 "Об авторском праве и смежных правах" (в ред. от 20.07. 2004 г.)

7. Закон РФ от 23 сентября 1992 г. N 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (в ред. от 24 декабря 2002 г.)

#### **Книги, учебники:**

8. Голованов В. Рекламное агентство: с чего начать, как преуспеть./ В. Голованов. - СПб.: Питер, 2012.- 256 с, ил.

9. Клоусон Т., Оливер Д. 10 секретов создания персонального бренда – М: Эксмо-Пресс, 2012 - 320

10. Кобулашвили, Рощупкин, Полукаров: Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебное пособие – М.: Кнорус, 2012 – 348с

11. Костина, Макаревич, Карпухин Основы рекламы – М.: Кнорус, 2012 – 408с

12. Назайкин А. Н., Иллюстрирование рекламы – М.: ЭКСМО, 2004

13. Овчинникова Н. Рекламное дело. Курс лекций – М.: Эксмо-Пресс, 2010-336с.

14. Рогожин М. Теория и практика рекламной деятельности - М:Альфа-Пресс, 2010 - 208с

15. Уткин Е.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», ЭКМОС, 2001

16. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности - М: ИЦ Академия, 2008

#### **Интернет –источники**

17. <http://elib.mosgu.ru> Электронный каталог Библиотеки МосГУ

18. IPRbooks Электронно-библиотечная система

19. KNIGAFUND.RU

#### **Дополнительные источники:**

##### **Книги, учебники:**

20. Берман М. Реклама, которая работает-М.: Попурри, 2010- 352с

21. Голубева о.л. основы композиции, учебник – м., издательский дом «искусство», 2006 год

22. Иттен И. ИСКУССТВО ЦВЕТА. – М.: Архитектура – С, 2004

##### **Журналы:**

18. Журнал «Новости рекламы». 2015-2016 г. (1 и 2 полугодия)

19. Журнал «Рекламные технологии». 2015-2016 г. (1 и 2 полугодия)

20. Журнал «Индустрия рекламы». 2015-2016 г. (1 и 2 полугодия)