



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ ИТ ХАБ»

УТВЕРЖДЕНО

Ректор А.С. Емельянов

«14» января 2026

ПРОГРАММА ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ

Настоящая программа составлена на основе требований к результатам освоения основных образовательных программ среднего общего и среднего профессионального образования в области рекламы, маркетинга, журналистики и креативных индустрий.

Абитуриент должен:

знать:

- основные этапы развития рекламы от античности до современности;
- эволюцию рекламных носителей и каналов распространения (вывеска, афиша, пресса, радио, телевидение, интернет);
- ключевые фигуры в истории рекламы (основатели рекламных агентств, копирайтеры, арт-директора);
- исторические рекламные кампании и их влияние на общество и экономику;
- основные стили, направления и художественные приемы в рекламной графике и видеорекламе;
- социально-культурный контекст развития рекламы в разные эпохи.

уметь:

- узнавать и атрибутировать исторические рекламные объявления, плакаты, ролики по стилю, эпохе, стране;
- анализировать эволюцию рекламных технологий и приемов воздействия на аудиторию;
- выявлять связь между социально-экономическими изменениями и трансформацией рекламы;

- сравнивать национальные рекламные школы (американскую, европейскую, японскую, российскую);
- аргументированно оценивать значение конкретных рекламных кампаний и персоналий.

Знания, соответствующие данной программе, позволят в дальнейшем студенту освоить профильные дисциплины: копирайтинг, медиапланирование, рекламный дизайн, маркетинговые коммуникации, брендинг.

Основные понятия

Реклама, пропаганда, публицити, рекламное агентство, копирайтинг, арт-дирекшн, медиаплан, рекламный носитель, аутдор (наружная реклама), директ-мейл, BTL, ATL, тизер, слоган, логотип, фирменный стиль, бренд, брендинг, позиционирование, уникальное торговое предложение (УТП), имидж, сегментация, целевая аудитория.

Реклама в древности и античности

Устная реклама: глашатаи, зазывалы, выкрики. Письменная реклама: вывески, граффити, энкомии (хвалебные тексты). Реклама в Древнем Египте, Греции, Риме (помпейские надписи, афиши гладиаторских боев, прообразы прейскурантов). Реклама в средневековье: цеховые знаки, гербы, вывески, ярмарочный фольклор, первые печатные афиши (Иоганн Гутенберг).

Реклама в эпоху Возрождения и Новое время (XV–XVIII века)

Изобретение книгопечатания и распространение печатных объявлений. Первые газеты (XVII в., Англия, Франция, Германия) и рекламные объявления в них. Прообразы каталогов и преискурантов. Театральная афиша. Реклама колониальных товаров, лотерей, книг. Эпоха Просвещения: появление первых специализированных рекламных изданий.

Зарождение современной рекламы (XIX век)

Промышленная революция и массовое производство – необходимость стимулирования сбыта. Рост тиражей газет и журналов. Иллюстрированная реклама (литография, цветная печать). Первые рекламные агентства (Volney B. Palmer, 1841, США; Charles-Louis Havas, 1835, Франция). Наружная реклама: афишные тумбы, плакаты (Жюль Шере, Анри де Тулуз-Лотрек). Развитие брендинга: первые торговые марки (кока-кола, пиво Bass). Патентные лекарства – агрессивная реклама.

«Золотой век» рекламы (конец XIX – 1910-е годы)

Научный подход: создание первых рекламных текстов с психологическим воздействием. Джон Э. Кеннеди (принцип «реклама – это продажа в печатной форме»). Клод Хопкинс (научная реклама, тестирование, уникальное торговое предложение). Развитие копирайтинга. Появление художественных стилей: модерн (ар-нуво) в рекламном плакате (Альфонс Муха). Реклама автомобилей, кинематографа, моды.

Реклама первой половины XX века

Реклама в 1920–1930-е годы: ар-деко, конструктивизм (А. Родченко, В. Маяковский – реклама в СССР: «Нигде кроме как в Моссельпроме»). Развитие радио-рекламы (первые радиоролики, спонсорство передач). Психологизация рекламы: Эрнест Дихтер – глубинная мотивация, психоанализ в рекламе. Вторая мировая война: пропаганда, социальная реклама, реклама облигаций, женских профессий.

Реклама второй половины XX века

1950–1960-е годы – послевоенный бум потребления. Телевизионная реклама: первые ролики (1941 – первая ТВ-реклама Bulova). «Рекламная революция»: креативные подходы, юмор, эмоции. Лео Бернетт (создание символов брендов – «Зеленый великан», «Ковбой Мальборо»). Дэвид Огилви («отец рекламы»): имиджевая реклама, корпоративный стиль («Человек в очках от Хэтэуэй», Rolls-Royce – «при 60 милях в час самый громкий звук – от электрочасов»). Билл Бернбах (агентство DDB): креатив, нарушение стереотипов, кампания для Volkswagen Beetle («Think small»). «Творческая революция».

1970–1980-е годы – позиционирование (Эл Райс, Джек Траут). Сегментация аудитории. Формирование глобальных рекламных сетей (Omnicom, Interpublic, WPP). Развитие спонсорства, событийного маркетинга. Социальная реклама (кампании против курения, СПИДа, за экологию). Японская реклама: эстетика, минимализм, использование традиций.

1990-е годы – расцвет телевизионной рекламы, использование компьютерной графики. Появление интернет-рекламы (первый баннер – 1994, AT&T). Вирусная реклама. Рекламные фестивали (Каннские львы).

Современная реклама (2000–2020-е годы)

Цифровая трансформация: контекстная и таргетированная реклама (Google Ads, Яндекс.Директ). Реклама в социальных сетях (VK, Instagram*, TikTok). Нативная реклама, интеграция. Influencer marketing (инфлюенсеры, блогеры). Программатик-реклама (автоматизированная закупка). Big Data и персонализация. Мобильная реклама. Видеореклама на YouTube, стриминговых платформах. Технологии дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности в рекламе. Иммерсивная реклама. Эко-реклама и устойчивое развитие (green marketing). Проблемы этики, фейков, защиты персональных данных. Рост блокировщиков рекламы – поиск новых форматов.

История российской рекламы (от империи до современности)

Российская империя: лубок, вывески, прейскуранты. Торговые дома (Мюр и Мерилиз, Елисеевские магазины). Реклама в дореволюционной прессе (В.В. Маяковский – «Окна РОСТА» как синтез рекламы и агитации). Советская реклама: 1920-е –

конструктивизм, политическая реклама; 1930–1950-е – идеологическая, торговая реклама свернута; 1960–1980-е – возрождение товарной рекламы («Союзторгреклама», «Моссельпром», реклама Госстраха, сберегательных касс). Перестройка (1985–1991): кооперативная реклама. 1990-е – «дикая» реклама, первые агентства (Видео Интернешнл, РА «Максима»). Появление наружной рекламы. Телевизионная реклама 1990-х (M&M's, «Ваша киска купила бы Вискас»). 2000–2020-е – развитие интернет-рекламы, социальных сетей, блогеров. Отечественные рекламные фестивали (Red Apple, White Square).
Регулирование: Закон «О рекламе» (2006, с изм.).

Критерии оценивания тестовых заданий по истории рекламы

Внимательно прочитайте каждое задание и предлагаемые варианты ответа. Отвечайте только после того, как вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа. Выполняйте задания в том порядке, в котором они даны. Если какое-то задание вызывает у вас затруднение, пропустите его. К пропущенным заданиям вы сможете вернуться, если у вас останется время.

При выполнении заданий можно пользоваться черновиком. Записи в черновике не учитываются при оценивании работы. Баллы, полученные Вами за выполненные задания, суммируются. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов.

На выполнение экзаменационной работы по истории рекламы отводится **60 минут**.

Структура работы:

- 10 тестовых заданий на знание периодов, персоналий, рекламных кампаний, носителей (по 4 балла) – 40 баллов.
- 5 заданий на установление соответствия (агентство – кампания – слоган – год – страна) по 5 баллов – 25 баллов.
- 1 задание на анализ исторического рекламного объявления/плаката/видео (описать, определить эпоху, цель, приемы) – 15 баллов.
- 1 развернутое задание (сравнение двух этапов развития рекламы, оценка влияния технологий или социальных изменений) – 20 баллов.

Максимальное количество баллов за всю работу – 100.

Литература

1. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы: детство и отрочество. – М.: Смысл, 2021.
2. Ромат Е.В. История рекламы в лицах. – СПб.: Питер, 2020.
3. Тангейт М. Всемирная история рекламы. – М.: Альпина Паблишер, 2018.
4. Огилви Д. Огилви о рекламе. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
5. Хопкинс К. Научная реклама. – М.: Эксмо, 2019.

6. Ученова В.В. История отечественной рекламы (1917–1990). – М.: ЮНИТИ, 2020.
7. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика. – М.: Прогресс, 2022.
8. Онлайн-архивы: AdAge (рекламные кампании по годам), Clio Awards, Cannes Lions Archive, YouTube-каналы с исторической рекламой.