

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.05.2023 16:14:35
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

УТВЕРЖДАЮ

Ректор



М.В. Усынин

«29» мая 2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Дизайн костюма

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора: 2020

Челябинск 2023

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата) (утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 954).

Автор-составитель: Ю.В. Одношовина

Рабочая программа утверждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи. Протокол № 10 от 29.05.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, рисунка и живописи, кандидат культурологии, доцент



Ю.В. Одношовина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	7
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	15
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	16
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	16
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	20
12. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	20

1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Наименование дисциплины

Дизайн и рекламные технологии

1.2. Цель дисциплины

Овладение студентами содержания дисциплины "Дизайн и рекламные технологии" в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, как основы для дальнейшего изучения дисциплин специализации. Вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития дизайна рекламы, дать представление о языке рекламы, показать, как, с помощью визуальных средств рекламы сформировать положительный образ товара или услуги и обосновать мотивацию его приобретения. Особенность изучаемой дисциплины состоит в том, что она позволяет соединить продуманный и профессионально исполненный дизайн и точный расчет максимального воздействия на потребителя.

1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

- формирование способностей к самостоятельному анализу и поиску информации, необходимой для решения проектных задач;
- демонстрировать креативность мышления;
- определять типологию объектов компьютерного графического дизайна;
- ориентироваться в терминах и определениях;
- навыками самоорганизации и навыками самостоятельной работы.
- формирование ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;
- применение архетипов человеческих образов в современных рекламных мирах;
- применять методы разработки и продвижения новых рекламных идей;
- учитывать особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей;
- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
- анализировать, опираясь на теоретическую базу, деятельность в сфере рекламы;
- решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»;
- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;
- использовать опыта предыдущих поколений для решения задач, связанных с рекламой и графическим дизайном, в настоящее время;
- навыками выполнения графических работ, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) Дизайн и рекламные технологии направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ПК-2. Способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2.1. Этапы разработки и реализации проектных идей; основные закономерности и способы развития проектной мысли в соответствии с выдвигаемыми потребителем требованиями; критически относиться к выбору средств художественного конструирования и проектирования; законы формирования художественного образа, основанного на концептуальном, творческом подходе; различные виды изобразительного искусства и способы проектной графики;
	- ПК-2.2. проводить дизайн-исследования и обрабатывать полученную информацию; презентовать основную концепцию проектной идеи и уметь аргументировать значимость темы; производить предпроектный и проектный анализ, создавать дизайн-концепцию основанную на концептуальном, творческом подходе; выражать свои замыслы и идеи графическим методом с применением различных проектно-художественных техник; оформлять проектные материалы средствами языка дизайна; формировать, прогнозировать, обосновывать свои идеи и замыслы при реализации их на проектном уровне с установкой на концептуализацию формотворческой деятельности; использовать полученную информацию для креативного мышления и освоения новых технологий;
	- ПК-2.3. Навыками профессионального представления дизайн – проектирования объектов различной степени сложности; навыками обоснования проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи.
ПК-3. Способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств.	ПК-3.1. Законы формирования художественного образа средствами подбора материалов; методы измерения параметров и свойств материалов; области применения материалов; характеристики материалов по стилям, назначению; тенденции и перспективы развития материаловедения; пути и направления решения задач проектирования в различных материалах с раскрытием образа объекта и его предназначения в сочетании с информативностью и выполнением поставленных требований;
	ПК-3.2. Уметь аргументировать предложения по выбору материалов в соответствии с поставленными задачами; использовать информацию, полученную в ходе исследований; ориентироваться в современных материалах и их конструктивных

	свойствах; самостоятельно выбирать необходимый материал для решения тех или иных задач;
	ПК-3.3. Навыками самостоятельной работы при отборе того или иного материала с учетом его формообразующих свойств для выполнения дизайн-проекта; навыками работы с материалами, применяемыми в дизайне; навыками анализа тенденций и перспективы развития материаловедения.
ПК-7. Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале	ПК-7.1. Основные правила и принципы разработки технологических процессов изготовления продукции и объектов в сфере профессиональной деятельности; различные подходы к решению композиционных задач при помощи макетирования; технологии макетирования, применяемые в дизайне; основные способы конструирования объектов дизайна; прогрессивные методы обработки и современные материалы, используемые в дизайне;
	ПК-7.2. Применять различные способы обработки материалов; грамотно работать с чертежами будущего объекта; применять технологии проектирования объектов, соответствующих изделий, необходимых при создании промышленных объектов; реализовать художественный замысел в практической деятельности; - осуществлять поиск и анализировать информацию, необходимую для решения проектных задач; использовать свойства и пластику материала при проектировании формы объекта; осуществлять выбор средств и приемов макетирования.
	- ПК-7.3. навыками выполнения эталонных образцов объекта дизайна или его отдельных элементов в макете, материале.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к дисциплинам по выбору вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) Дизайн костюма.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов. Дисциплина изучается на 3 курсе, 6 семестре.

Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебной работы	Всего	Разделение по семестрам
		6
Общая трудоемкость, ЗЕТ	3	3

Общая трудоемкость, час.	108	108
Аудиторные занятия, час.	30	30
Лекции, час.	14	14
Практические и семинарские занятия, час.	16	16
Самостоятельная работа	78	78
Курсовой проект (работа)	-	-
Контрольные работы	-	-
Вид итогового контроля (экзамен)	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»

Понятийно-терминологический аппарат. Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.

Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы.

Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологические особенности и тип личности заказчика. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.

Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа. Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе.

Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы. Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека.

Тема 5. Имажитивная реклама. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту.

Тема 6. Креативная реклама. Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.

Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.

Тема 8. Цвет и цветовые гармонии в рекламе. Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.

Тема 9. Законы гармоничной композиции. Основное средство выражения художественного образа – форма. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном.

Тема 10. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

Тема 11. Печатная реклама и ее элементы. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.

Тема 12. Особенности дизайна наружной рекламы. Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Световая реклама, принципы ее проектирования. Обзор источников света для вывесок.

Тема 13. Реклама в Интернете. Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.

Тема 14. Брендинг и реклама. Определение и создание бренда. Поиск рекламной идеи для разработки бренда. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Принципы разработки рекламных кампаний.

5.2. Тематический план

Номера и наименование разделов и тем	Количество часов				
	Общая трудоёмкость	из них			
		Самостоятельная работа	Аудиторные занятия	из них	
				Лекции	Практические занятия
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	1	-	1	1	-
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	8	6	2	1	1
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	8	6	2	1	1
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	9	6	3	1	2
Тема 5. Имажитивная реклама.	8	6	2	1	1
Тема 6. Креативная реклама.	11	8	3	1	2
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	8	6	2	1	1
Тема 8. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	8	6	2	1	1
Тема 9. Законы гармоничной композиции.	6	4	2	1	1
Тема 10. Конструктивная структура рекламы.	8	6	2	1	1
Тема 11. Печатная реклама и ее элементы.	8	6	2	1	1
Тема 12. Особенности дизайна наружной рекламы.	8	6	2	1	1
Тема 13. Реклама в Интернете.	6	4	2	1	1
Тема 14. Брендинг и реклама.	11	8	3	1	2
Итого по 6 семестру	108	78	30	14	16
Зачет					
Всего	108	78	30	14	16
Всего зачетных единиц	3				

5.3. Лекционные занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	Понятийно-терминологический аппарат. Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели	1	ПК-2

	и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.		
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.	1	ПК-2
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе.	1	ПК-2
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека.	1	ПК-2
Тема 5. Имажитивная реклама.	Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту.	1	ПК-2
Тема 6. Креативная реклама.	Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.	1	ПК-2, ПК-3
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.	1	ПК-2
Тема 8. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.	1	ПК-2
Тема 9. Законы гармоничной композиции.	Основное средство выражения художественного образа – форма. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном.	1	ПК-2

Тема 10. Конструктивная структура рекламы.	Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.	1	ПК-2, ПК-3
Тема 11. Печатная реклама и ее элементы.	Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.	1	ПК-2
Тема 12. Особенности дизайна наружной рекламы.	Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Световая реклама, принципы ее проектирования. Обзор источников света для вывесок.	1	ПК-2
Тема 13. Реклама в Интернете.	Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.	1	ПК-2
Тема 14. Брендинг и реклама.	Определение и создание бренда. Поиск рекламной идеи для разработки бренда. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Принципы разработки рекламных кампаний.	1	ПК-2, ПК-3

5.4. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ психологических особенностей и типов личности заказчика.	1	ПК-2	Творческое задание, презентация, доклад
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	1	ПК-2	Творческое задание, презентация, доклад
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ архетипов и символов в современной рекламе. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	2	ПК-2, ПК-7	Проект, презентация, доклад
Тема 5. Имажитивная реклама.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ эмоционального контекста в рекламе	1	ПК-2	Проект
Тема 6. Креативная реклама.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ креативной рекламы. Разработка креативной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.	2	ПК-2, ПК-7	Проект, презентация
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Выявление влияния физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.	1	ПК-2, ПК-7	Творческое задание, презентация
Тема 8. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ цвета в рекламе. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка	1	ПК-2	Творческое задание, презентация

	рекламы продукта по заданной теме с учетом цветовых предпочтений потребителя по заданной теме. Оформление в виде графических листов.			
Тема 9. Законы гармоничной композиции.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ композиций в рекламе. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	1	ПК-2	Творческое задание, презентация, доклад
Тема 10. Конструктивная структура рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Работа с основными схемами композиции рекламы и их зрительного восприятия. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.	1	ПК-2, ПК-7	Творческое задание
Тема 11. Печатная реклама и ее элементы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ вербальных и визуальных элементов печатной рекламы.	1	ПК-2, ПК-7	Творческое задание
Тема 12. Особенности дизайна наружной рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике.	1	ПК-2, ПК-7	Творческое задание
Тема 13. Реклама в Интернете.	Закрепление теоретических знаний на практике. Классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей.	1	ПК-2, ПК-7	Творческое задание
Тема 14. Брендинг и реклама.	Закрепление теоретических знаний на практике. Графическая разработка вариантов рекламы для выбранной фирмы, с предложениями по продвижению продукта. Оформление в виде графических листов и доклада.	2	ПК-2, ПК-7, ПК-3	Проект

5.5. Самостоятельная работа обучающихся

Тема	Виды самостоятельной работы	час	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	1. Изучение лекционного материала по теме.	6	ПК-2	Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть.
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	1. Изучение лекционного материала по теме.	6	ПК-2	Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	1. Изучение лекционного материала по теме.	6	ПК-2	Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть.
Тема 5. Имажитивная реклама.	1. Изучение лекционного материала по теме.	6	ПК-2, ПК-7	Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть.
Тема 6. Креативная реклама.	1. Изучение лекционного материала по теме.	8	ПК-2, ПК-7, ПК-3	Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть.
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	6	ПК-2	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.
Тема 8. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	6	ПК-2	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.
Тема 9. Законы гармоничной композиции.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	4	ПК-2	Проверка домашнего задания.
Тема 10. Конструктивная структура рекламы.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	6	ПК-2, ПК-7	Проверка домашнего задания.
Тема 11. Печатная реклама и ее элементы.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	6	ПК-2	Проверка домашнего задания.

Тема 12. Особенности дизайна наружной рекламы.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	6	ПК-2, ПК-7	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.
Тема 13. Реклама в Интернете.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	4	ПК-2, ПК-7	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.
Тема 14. Брендинг и реклама.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	8	ПК-2, ПК-7, ПК-3	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Печатные издания

1. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе [Текст] Основы графического проектирования: учеб. пособие для вузов / Р.Ю. Овчинникова. - М.: ЮНИТИ, 2009. - 239с.: ил.

2. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст]: учеб. и практикум для бакалавриата / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Юрайт, 2016. - 502с.: 16л.ил.

3. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика [Текст]: учеб. для бакалавриата / Л.Н. Федотова. - М.: Юрайт, 2017. - 391с.

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451045> (дата обращения: 14.05.2020).

2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432145> (дата обращения: 14.05.2020).

3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — Текст:

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457090> (дата обращения: 14.05.2020).

4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450406> (дата обращения: 14.05.2020).

5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / А. Н.

Лаврентьев [и др.]; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454519> (дата обращения: 14.05.2020).

Дополнительные источники (при необходимости)

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы [Текст]: учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2008. - 532с.

2. Пендикова, И.Г. Архетип и символ в рекламе [Текст]: учеб. пособие для вузов / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина. - М.: ЮНИТИ, 2008. - 303с.

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453912> (дата обращения: 14.05.2020).

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

Электронные образовательные ресурсы

1. www.advertology.ru Статьи о рекламе.
2. www.advesti.ru Ресурс о рекламе и маркетинге.
3. www.delta-plan.ru Ресурс о технологии создания рекламы.
4. www.rosdesign.com Теория, практика дизайна.
5. www.deforum.ru Российский дизайнерский форум.
6. www.kak.ru Журнал о графическом дизайне.
7. www.expert.ru Журнал «Вещь».
8. www.adme.ru Творчество, дизайн, реклама, маркетинг
9. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
10. ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: <https://biblio-online.ru>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» должна сформировать практические навыки работы студента с рекламной продукцией. Теоретические знания о рекламе – это средства достижения этой цели.

Цель дисциплины – вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития дизайна рекламы, научить студентов системному подходу к разработке визуального ряда рекламы, познакомить студентов с принципами и приемами разработки креативной стратегии рекламной компании и сформировать навыки их применения.

Основные задачи дисциплины:

1. знать определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы, методы разработки и продвижения новых рекламных идей;
2. знать понятие рекламный продукт и основные этапы процесса его разработки и производства;
3. иметь представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения; познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребителя;
4. иметь представления о базовых моделях организации творческого процесса и методиках поиска идей для креативной концепции рекламы и выработке навыков их применения на практике;
5. иметь представление об организации процесса разработки креатива; принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы; приемами увеличения функциональности рекламного обращения и применение этих приемов и принципов на практике;
6. уметь оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
7. уметь решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»
8. уметь выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;

Структура дисциплины включает в себя 14 тем, лекции, практические занятия и самостоятельную работу обучающихся.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии», в котором содержатся описание заданий для текущего контроля, методические рекомендации к их выполнению, а также вопросы к экзамену.

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, поиске информации в библиотеке, в интернет - классе, изучении справочной и нормативной литературы. Контроль над ходом выполнения практических работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме. При оценке творческой работы студентов преподаватель учитывает следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи;
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры.

Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

Лекции – форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Очно-заочная форма обучения предполагает чтение лишь установочных лекций по каждому разделу курса. Лектор успевает только заложить фундамент знаний по дисциплине и наметить линию для дальнейшего самостоятельного изучения курса студентами. Он акцентирует внимание студентов на наиболее важных моментах обширного по объему изучаемого материала. Поэтому студентам настоятельно рекомендуется посещать все лекции и вести конспекты лекций, выделяя в них ключевые моменты. Для активизации процесса запоминания материала при конспектировании лекций необходимо учесть следующие рекомендации.

Целесообразно:

1. Разделить поле тетради на две части (сделав поля по 5 см.). Меньшее поле используется для опорных слов, составления небольших таблиц и схем, а основное поле – для остального текста;
2. Выстраивать большую часть основного содержания структурно: в столбик в виде сравнительных таблиц;
3. Максимально использовать схемы, чертежи и рисунки;
4. Свести к минимуму информацию в форме развернутых предложений, используя для вступительной части и выводов;
5. Выделять новые темы и опорные слова.

Для лучшего усвоения только что прослушанной лекции рекомендуется повторять мысленно содержание лекций каждый раз сразу после прочитанного лекционного материала, лучше во время ходьбы по дороге домой, а дома просматривать материал, который вызвал затруднение при воспоминании.

Процесс обучения имеет две стороны: с одной стороны необходимо владеть теоретическими знаниями, с другой - нужна непрерывная практика для закрепления и совершенствования полученных знаний. Эти две составляющих учебного процесса должны находиться в постоянном взаимодействии, делая процесс обучения основам любой дисциплины более динамичным и результативным. Только руководствуясь опытом практической работы, в процессе которой развиваются практические умения и навыки, закрепляются и систематизируются полученные знания, опираясь на совет педагога-профессионала, можно решить различные учебные задачи. Поэтому, несмотря на приоритет лекционного материала, часть аудиторного времени по данному курсу отводится практической работе.

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков.

Каждому студенту целесообразно выполнять практические задания. Участие в творческих занятиях позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами групп будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.

Кроме того, студенты получают от преподавателя индивидуальные задания на самостоятельную работу, заключающиеся в подготовке творческих и исследовательских работ. При подготовке работ студент, изучив список рекомендуемой по данной проблематике литературы и проконсультировавшись с преподавателем, составляет план своей работы и подбирает материал, позволяющий раскрыть основные вопросы этого плана.

При решении проблемных задач, полученных от преподавателя, студент подбирает и изучает литературу по данной проблематике, что позволяет ему найти правильное решение, и наглядно его представить.

Практическая работа предполагает выполнение конкретного задания или решение определенных задач под руководством педагога. Педагог должен не только сообщить обучаемым необходимые теоретические знания, развить практические умения и навыки, но и выработать у студентов понимание всей последовательности выполняемой работы, начиная от целей и задач и заканчивая техническим воплощением замысла. Стоит отметить, что не только раскрытие четкой последовательности выполнения заданий и озвучивание требований к работе будут способствовать формированию осознанного отношения к учебному процессу. Крайне важным при этом является решение текущих задач. Во время учебного процесса педагог должен обращать внимание студентов на эти моменты, делать их неотъемлемой частью работы. Только в этом случае возможен синтез и конструктивное использование

знаний, полученных на занятиях по разным дисциплинам. Такой подход способен активизировать обращение обучаемых к использованию теоретических знаний в практической работе.

Чтобы добиться осознанного отношения к учебному процессу студентам необходимо научиться самостоятельно строить свою работу, искать идею, формулировать цели, выявлять скрытые проблемы, совершенствовать техническое мастерство.

При выполнении практической самостоятельной работы необходимо четко выполнять задачи и требования, поставленные педагогом. Также следует обратить внимание на тщательность исполнения работы.

В связи с введением в образовательный процесс нового Федерального государственного образовательного стандарта все более актуальной становится задача организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

При подготовке к зачетам (экзаменам) следует в первую очередь повторить весь пройденный за семестр материал.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин, содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, и может проходить в письменной, устной или смешанной формах.

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, поиске информации в библиотеке, в интернет - классе, изучении справочной и нормативной литературы. Контроль над ходом выполнения лабораторных работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме. При оценке творческой работы студентов преподаватель учитывает следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи;

- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры. Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

11. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

При изучении дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» обучающимися и научно-педагогическими работниками используется следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы:

Eclipse java luna SR1 win32

7-Zip

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений

Mozilla Firefox

Adobe Flash Player ActiveX

Adobe Flash Player Plugin

Adobe Reader

ESET Endpoint Antivirus

Microsoft™ Windows® 7 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery

id700549166)

Windows® Internet Explorer® 11 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery

id700549166)

Microsoft™ Office®

Компоненты Windows Live

Xampp

IrfanView

Java 7

Google Chrome

«Гарант аэро»

КонсультантПлюс

Сведения об электронно-библиотечной системе

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1.	Наименование электронно-библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: https://biblio-online.ru

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет истории дизайна и изобразительного искусства № 313	Кабинет истории дизайна и изобразительного искусства 313 (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых)

		и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> Компьютер Плазменная панель Мольберты Стулья Стол преподавателя Стул преподавателя Доска меловая Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
2.	Библиотека. Читальный зал № 122	Библиотека. Читальный зал с выходом в Интернет № 122 Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный Условия для лиц с ОВЗ: Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет». <i>Программное обеспечение</i> 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic

		Software Delivery id700549166) Microsoft™ Office® Google Chrome «Балаболка» NVDA.RU «Гарант аэро» КонсультантПлюс
--	--	---