

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.09.2026 11:51:38  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbab335ebc36

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

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГРАФИЧЕСКОМ И UX/UI  
ДИЗАЙНЕ**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн  
Направленность (профиль): Цифровая графика  
в индустрии компьютерных игр  
Квалификация выпускника: Бакалавр  
Форма обучения: очная  
Год набора - 2023

Челябинск 2026

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020 г. № 1015)

Автор-составитель: Одношова Ю.В., Абдрашитов Р.Р.

Рабочая программа утверждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи. № 10 от 25.05.2026 г.

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

Ю.В. Одношова

## 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.....                                                                                                                                                                              | 5  |
| 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 .....                   | 5  |
| 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий .....                                                                                 | 6  |
| 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) .....                                                                                                          | 12 |
| 7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля) .....                                                                                                                                         | 12 |
| 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля).....                                                                                                                           | 12 |
| 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....                                                                                                                                                                       | 13 |
| 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем ..... | 16 |
| 11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).....                                                                                                                                | 16 |

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

## **1.1. Наименование дисциплины**

Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне

## **1.2. Цель дисциплины**

Вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития технологиям 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.

## **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;
- определять типологию объектов компьютерного графического дизайна;
- 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;
- 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 в графическом и UX/UI дизайне направлен на формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенций выпускника                                                                                            | Код и наименование индикатора достижения компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | <p>УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач</p> <p>УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач</p> |
| ПК-1. Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований при создании                                                     | ПК-1.1. Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| продукта                                                                                                                                      | <p>ПК-1.2. Проводит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>ПК-1.3. Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирует предложения по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>                                                                   |
| ПК-3 Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов, объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | <p>ПК-3.1. Анализирует информацию, находит и обосновывает правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории</p> <p>ПК-3.2. Использует специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>ПК-3.3. Выстраивает взаимоотношения с заказчиком с соблюдением делового этикета</p> |

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» относится к элективным дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений по основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн направленность (профиль) Цифровая графика в индустрии компьютерных игр

### 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 4 зачетных единиц, 144 академических часов. Дисциплина изучается на 3 курсе, 5-6 семестре.

#### Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

| Вид учебной работы                     | Всего                    | Разделение по семестрам |         |
|----------------------------------------|--------------------------|-------------------------|---------|
|                                        |                          | 5                       | 6       |
| Общая трудоемкость ЗЕТ                 | 4                        | 2                       | 2       |
| Общая трудоемкость, час.               | 144                      | 72                      | 72      |
| Аудиторные занятия, час.               | 64                       | 34                      | 30      |
| Лекции, час.                           | 32                       | 14                      | 18      |
| Практические занятия, час.             | 32                       | 20                      | 12      |
| в т.ч. в форме практической подготовки | 32                       | 20                      | 12      |
| Самостоятельная работа                 | 80                       | 38                      | 42      |
| Курсовой проект (работа)               | -                        | -                       | -       |
| Контрольные работы                     | -                        | -                       | -       |
| Вид итогового контроля (экзамен)       | Экзамен, зачет с оценкой | Зачет с оценкой         | Экзамен |

## **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 в графическом и UX/UI дизайне»**

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. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту.

#### **Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа**

Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы. Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека. Культурный код в рекламе.

#### **Тема 4. Креативная реклама**

Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.

#### **Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы**

Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе. Метафора в рекламе.

#### **Тема 6. 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 7. 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 8. 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 9. Рекламные технологии**

Графические рекламные носители, классификация. Современные рекламные технологии. Технологии рекламного воздействия

#### **Тема 10. Печатная реклама и ее элементы**

Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.

#### **Тема 11. 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. Реклама на транспорте.

#### **Тема 12. 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 13. Рекламные технологии в UX/UI дизайне**

Принципы UX-дизайна. Внедрение UX дизайна в онлайн рекламу.

**Тема 14. Правовые аспекты в разработке рекламы**

Закон о рекламе. Виды запрещенной рекламы. Запрещенные товары, услуги, интернет-ресурсы и методы рекламирования.

**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 | из них<br>Практическая подготовка |
| 5 семестр                                                                                                     |                    |                        |                    |        |                      |                                   |
| Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» | 5                  | 4                      | 1                  | 1      | -                    | -                                 |
| Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы                                                  | 6                  | 4                      | 2                  | 2      | -                    | -                                 |
| Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.                                                              | 12                 | 6                      | 6                  | 2      | 4                    | 4                                 |
| Тема 4. Креативная реклама.                                                                                   | 9                  | 4                      | 5                  | 1      | 4                    | 4                                 |
| Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы                                                    | 10                 | 6                      | 4                  | 2      | 2                    | 2                                 |
| Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе                                                                    | 12                 | 6                      | 6                  | 2      | 4                    | 4                                 |
| Тема 7. Законы гармоничной композиции.                                                                        | 10                 | 4                      | 6                  | 2      | 4                    | 4                                 |
| Тема 8. Конструктивная структура рекламы.                                                                     | 8                  | 4                      | 4                  | 2      | 2                    | 2                                 |
| Итого по 5 семестру                                                                                           | 72                 | 38                     | 34                 | 14     | 20                   | 20                                |
| Зачет                                                                                                         |                    |                        |                    |        |                      |                                   |
| 6 семестр                                                                                                     |                    |                        |                    |        |                      |                                   |
| Тема 9. Рекламные технологии                                                                                  | 10                 | 6                      | 4                  | 2      | 2                    | 2                                 |
| Тема 10. Печатная реклама и ее элементы.                                                                      | 12                 | 6                      | 6                  | 4      | 2                    | 2                                 |
| Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы.                                                                | 10                 | 6                      | 4                  | 2      | 2                    | 2                                 |
| Тема 12. Реклама в Интернете.                                                                                 | 14                 | 8                      | 6                  | 4      | 2                    | 2                                 |
| Тема 13. Рекламные технологии в UX/UI дизайне                                                                 | 12                 | 8                      | 4                  | 2      | 2                    | 2                                 |
| Тема 14. Правовые аспекты в разработке рекламы                                                                | 14                 | 8                      | 6                  | 4      | 2                    | 2                                 |
| Итого по 6 семестру                                                                                           | 72                 | 42                     | 30                 | 18     | 12                   | 12                                |
| Экзамен                                                                                                       |                    |                        |                    |        |                      |                                   |
| Всего                                                                                                         | 144                | 80                     | 64                 | 32     | 32                   | 32                                |
| Всего зачетных единиц                                                                                         | 4                  |                        |                    |        |                      |                                   |

### 5.3. Лекционные занятия

| Тема                                                                                                          | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | час. | Формируемые компетенции |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|
| Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» | 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.                                                              | 1    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| 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. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту | 2    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.                                                              | Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы. Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека. Культурный код в рекламе.                                                                                                                | 2    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| Тема 4. Креативная реклама.                                                                                   | Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы                                                    | Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе. Метафора в рекламе.                                                                                                                                                                                                                  | 2    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| Тема 6. 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.                                                                                                                                                                                                                 | 2    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |
| Тема 7. 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.                                                                                                        | 2    | УК-1; ПК-1; ПК-3        |



|                                                |                                                                                                                                                                                                                     |   |                  |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------|
| Тема 8. 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  | 2 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 9. Рекламные технологии                   | Графические рекламные носители, классификация. Современные рекламные технологии. Технологии рекламного воздействия                                                                                                  | 2 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 10. Печатная реклама и ее элементы        | Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.                                                                        | 4 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 11. 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. Реклама на транспорте. | 2 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 12. Реклама в Интернете.                  | Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.                                                        | 4 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 13. Рекламные технологии в UX/UI дизайне  | Принципы UX-дизайна. Внедрение UX/UI дизайна в онлайн рекламу.                                                                                                                                                      | 2 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |
| Тема 14. Правовые аспекты в разработке рекламы | Закон о рекламе. Виды запрещенной рекламы. Запрещенные товары, услуги, интернет-ресурсы и методы рекламирования.                                                                                                    | 4 | УК-1; ПК-1; ПК-3 |

#### 5.4. Практические занятия в форме практической подготовки

| Тема                                             | Содержание                                                                                                                                                                                                             | час. | Формируемые компетенции | Методы и формы контроля формируемых компетенций |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа. | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ психологических особенностей и типов личности заказчика. Анализ архетипов и символов в современной рекламе. Оформление исследования в виде презентации и доклада. | 4    | УК-1; ПК-1; ПК-3        | Дискуссия<br>Защита доклада                     |
| Тема 4. Креативная реклама.                      | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ креативной рекламы. Разработка креативной рекламы по                                                                                                              | 4    | УК-1; ПК-1; ПК-3        | Творческое задание, защита презентации          |

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                             |   |                        |                                              |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------|----------------------------------------------|
|                                                            | заданной теме. Оформление в виде графических листов.                                                                                                                                                                                                        |   |                        |                                              |
| Тема 5. 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.                                                              | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Дискуссия<br>Проект,<br>Защита презентации   |
| Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе                 | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ цвета в рекламе. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка рекламы продукта по заданной теме с учетом цветовых предпочтений потребителя по заданной теме. Оформление в виде графических листов. | 4 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Проект,<br>Защита презентации                |
| Тема 7. Законы гармоничной композиции.                     | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов.                                                                                                              | 4 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Защита презентации                           |
| Тема 8. 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.                                    | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание,<br>защита презентации |
| Тема 9. Рекламные технологии                               | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ графических рекламных носителей. Анализ современных рекламных технологий. Анализ технологии рекламного воздействия                                                                                     | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание,<br>защита презентации |
| Тема 10. Печатная реклама и ее элементы.                   | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ вербальных и визуальных элементов печатной рекламы.                                                                                                                                                    | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание,<br>защита презентации |
| Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы.             | Закрепление теоретических знаний на практике. Оформление исследования в виде презентации и доклада.                                                                                                                                                         | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание,<br>защита презентации |

|                                                |                                                                                                                                                       |   |                        |                                           |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------------------------|-------------------------------------------|
| Тема 12. Реклама в Интернете.                  | Закрепление теоретических знаний на практике. Классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей                                    | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание, защита презентации |
| Тема 13. Рекламные технологии в UX/UI дизайне  | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ вербальных и визуальных элементов UX/UI дизайна в рекламе.                                       | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание, защита презентации |
| Тема 14. Правовые аспекты в разработке рекламы | Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ видов запрещенной рекламы. Запрещенные товары, услуги, интернет-ресурсы и методы рекламирования. | 2 | УК-1;<br>ПК-1;<br>ПК-3 | Аналитическое задание, защита презентации |

### 5.5. Самостоятельная работа обучающихся

| Тема                                                                                                          | Виды самостоятельной работы                                                                                                                                                                                                         | часы | Формируемые компетенции | Методы и формы контроля формируемых компетенций |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-------------------------|-------------------------------------------------|
| Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» | Анализ материала по темам: Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Место графического дизайна в рекламе. Работа с понятийно-терминологическим аппаратом | 4    | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3     | Опрос по терминам                               |
| Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы                                                  | 1. Изучение лекционного материала по пройденной теме.<br>2. Подбор и анализ материала по теме                                                                                                                                       | 4    | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3     | Презентация по теме                             |
| Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.                                                              | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Подготовка творческого задания и доклада                                                                                                                                           | 6    | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3     | Презентация творческого задания с докладом      |
| Тема 4. Креативная реклама.                                                                                   | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Работа над творческим заданием и презентацией                                                                                                                                      | 4    | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3     | Презентация творческого задания по теме         |
| Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы                                                    | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Подготовка презентации по заданной теме                                                                                                                                            | 6    | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3     | Презентация по теме                             |
| Тема 6. Цвет и                                                                                                | 1. Изучение лекционного                                                                                                                                                                                                             | 6    | УК-1; ПК-1;             | Презентация                                     |

|                                                |                                                                                                |   |                     |                                         |
|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------------|-----------------------------------------|
| цветовые гармонии в рекламе                    | материала по теме.<br>2. Работа над проектом                                                   |   | ПК-3                | проекта                                 |
| Тема 7. Законы гармоничной композиции.         | 1.Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение домашнего задания по теме           | 4 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация по теме                     |
| Тема 8. Конструктивная структура рекламы.      | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 4 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 9. Рекламные технологии                   | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 6 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 10. Печатная реклама и ее элементы.       | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 6 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы. | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 6 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 12. Реклама в Интернете.                  | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 8 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 13. Рекламные технологии в UX/UI дизайне  | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение творческого задания с презентацией | 8 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Презентация творческого задания по теме |
| Тема 14. Правовые аспекты в разработке рекламы | 1. Изучение лекционного материала по теме.<br>2. Выполнение домашнего задания по теме          | 8 | УК-1; ПК-1;<br>ПК-3 | Защита итогового проекта                |

## **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее - ФОС) по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне» представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

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

### **Печатные издания**

1. Подготовка дизайн-макета к печати (публикации): учебник / Л.В. Дерябина, Т.В. Усая, Т.Б. Новикова и др. - Москва: Академия, 2022. - 272 с.: ил.

2. Поляков В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб. и практикум для бакалавриата / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Юрайт, 2022. - 502с.: 16л.ил.

3. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учеб. для бакалавриата / Л.Н. Федотова. - М.: Юрайт, 2022. - 391с.

#### **Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Жильцова О.Н. Рекламная деятельность: учебник для вузов / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2026. — 200 с.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583815> (дата обращения: 21.05.2026).

2. Поляков В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва: Юрайт, 2025. — 418 с.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581839> (дата обращения: 21.05.2026).

3. Трищенко Д.А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д.А. Трищенко. — Москва: Юрайт, 2026. — 177 с.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587676> (дата обращения: 21.05.2026).

4. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л.Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2026. — 449 с.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583268> (дата обращения: 21.05.2026).

5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / под ред. А.Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2026. — 215 с.— Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586108> (дата обращения: 21.05.2026).

#### **Дополнительные источники (при необходимости)**

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2022.- 532с..

### **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**

- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru>
- Федеральный портал «Российское образование»: <http://ro-edu.ru>
- Образовательная платформа «Юрайт»: <https://urait.ru>

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

#### **Цель дисциплины**

Вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития технологиям 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.

#### **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;
- определять типологию объектов компьютерного графического дизайна;
- 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;
- навыками выполнения графических работ, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе.

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

В процессе аудиторной работы используются такие формы обучения как лекции и практические занятия.

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.

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.

Большую роль в практических 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.

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.

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

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.

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.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии в графическом и UX/UI дизайне», 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.

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.

Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

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.

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.

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

# **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ**

## ***Перечень информационных технологий:***

Платформа для презентаций Microsoft PowerPoint;  
 текстовый и табличный редактор Microsoft Word;  
 портал института <http://portal.midis.info>

## ***Перечень программного обеспечения:***

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)  
 Битрикс 24  
 Яндекс браузер  
 Mozilla Firefox  
 Microsoft™ Office®  
 МойОфис  
 Антивирус «Касперский» (Kaspersky Endpoint Security)  
 AliveColors Business  
 Figma (edu)

## ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

«Гарант аэро»  
 КонсультантПлюс

## **Сведения об электронно-библиотечной системе**

| №<br>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 | Образовательная платформа «Юрайт»: <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a> |

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

| №<br>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<br>(Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и инди- | Компьютер<br>Плазменная панель<br>Мольберты<br>Стулья<br>Стол преподавателя<br>Стул преподавателя |



|    |                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | видуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) | Доска меловая<br>Автоматизированное рабочее место обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду МИ-ДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2. | Библиотека.<br>Читальный зал № 122                                     | Автоматизированные рабочие места библиотекарей<br>Автоматизированные рабочие места для читателей<br>Принтер<br>Сканер<br>Стеллажи для книг<br>Кафедра<br>Выставочный стеллаж<br>Каталожный шкаф<br>Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)<br>Стенд информационный<br>Условия для лиц с ОВЗ:<br>Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ<br>Линза Френеля<br>Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата<br>Клавиатура с нанесением шрифта Брайля<br>Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ<br>Световые маяки на дверях библиотеки<br>Тактильные указатели направления движения<br>Тактильные указатели выхода из помещения<br>Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения<br>Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля<br>Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИ-ДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет». |