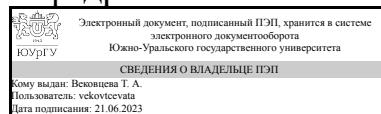


# ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:  
Заведующий выпускающей  
кафедрой



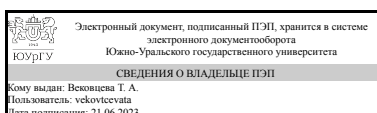
Т. А. Вековцева

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.ПО.11.02 Графический дизайн и реклама  
для направления 54.03.01 Дизайн  
уровень Бакалавриат  
профиль подготовки Графический дизайн  
форма обучения очная  
кафедра-разработчик Технология и дизайн

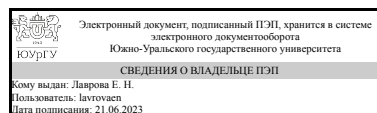
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,  
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,  
доцент



Е. Н. Лаврова

## 1. Цели и задачи дисциплины

Основной целью курса «художественное дизайн-проектирование в рекламе и связях с общественностью» является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для понимания и владения технологиями разработки рекламного продукта, включая методики и методологии деятельно-сти. Художественное дизайн-проектирование в рекламе и связях с общественностью - дисциплина по выбору вариативной части профессионального цикла ООП. Задачи дисциплины: Дать студентам знания и базовые навыки разработки концепций рекламного проекта и визуализации выдвинутой идеи. Сформулировать представления об этапах дизайн-проекта и методах создания художественного образа в рекламном проекте. Ознакомить студента с принципами, средствами и методами художественного оформления объекта рекламы (предприятия, товара, услуги, социальной акции, имиджа человека и т.д.). Научить основным подходам к творческому производству и технологии разработки дизайн-проекта к различным объектам (заказчикам). Научить студентов практическим навыкам исполнения и подачи рекламного дизайн-проекта.

## Краткое содержание дисциплины

В рамках данного курса студент изучает вопросы связанные с ролью дизайна в рекламе и связях с общественностью на современном рынке, видами дизайн-проектирования, оформлением рекламных носителей и дизайнерскими решениями в области фирменного стиля и PR.

## 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен использовать современные информационные технологии и графические редакторы для создания и реализации дизайн-проектов	Знает: стилистические особенности каждого этапа формирования дизайна, понятие рекламы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, задачи и функции рекламы, взаимосвязь графического дизайна с целями и задачами рекламного продукта. Умеет: работать в графических редакторах; использовать медиа-коммуникационные технологии по предмету, с учетом его специфики; проектировать макеты рекламы с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа Имеет практический опыт: использования информационных технологий и прикладных программ для реализации дизайн-проектов, корпоративных информационных систем
ПК-3 Способен обосновывать свои проектные предложения, художественный замысел дизайн-проекта	Знает: презентационные технологии средствами графической подачи проекта, электронной презентации, арт-бука и бренд-бука Умеет: создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных

	<p>целей</p> <p>Имеет практический опыт: презентации проекта и обоснования основных дизайнерских идей, оппонирования при коллективном обсуждении проекта</p>
--	--

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
<p>Основы проектной графики, Компьютерные технологии</p>	<p>Брендинг и фирменный стиль, Фототехнологии, Математическое моделирование в дизайне и технологии, Фотография, Проектирование комплексных визуальных систем, Промышленная графика и упаковка, Проектирование многополосных изданий и типографика, Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр), Производственная практика (преддипломная) (8 семестр)</p>

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
<p>Основы проектной графики</p>	<p>Знает: основные графические техники; основные приемы подачи графического проекта, основные приемы подачи графического проекта на компьютере с помощью графических редакторов</p> <p>Умеет: выбирать и создавать проекты в определенной графической технике, выбирать и создавать проекты в определенной графической технике и выбранном графическом редакторе</p> <p>Имеет практический опыт: создания графических проектов и подачи графического материала в рамках поставленных целей, создания графических проектов и подачи графического материала в цифровом виде</p>
<p>Компьютерные технологии</p>	<p>Знает: различные графические компьютерные техники, методы работы с цветом, градиентами, трёхмерного моделирования и визуализации, графические редакторы (2D, 3D), программы для анимации и видеомонтажа, возможности редакторов для реализации дизайн-проектов</p> <p>Умеет: создавать инструментами компьютерных редакторов различной сложности градиент, кисти, текстуры, коллажи, трёхмерные модели, сложные развёртки, пользоваться графическими редакторами (2D, 3D), программами для</p>

	анимации и видеомонтажа, создавать 2D-графику, 3D-графику, анимацию, выполнять видеомонтаж Имеет практический опыт: создания изображений различными графическими компьютерными техниками, работы с заливкой цветом, трёхмерного моделирования, работы с векторной и растровой графикой, 3D-моделированием, созданием анимации, монтажом видео
--	---

#### 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		4	
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72	
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32	
Лекции (Л)	0	0	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75	
выполнение графических проектов на заданную тему	35,75	35,75	
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет	

#### 5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Дизайн в рекламе и PR. Фирменный стиль и имидж предприятия.	4	0	4	0
2	Цвет и шрифт в рекламе и дизайне.	18	0	18	0
3	Приемы создания образа в рекламе и графическом дизайне. Иллюстрация: роль, виды и место в макете.	10	0	10	0

##### 5.1. Лекции

Не предусмотрены

##### 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов

1	1	Дизайн и реклама. Анализ взаимосвязей и примеров решения рекламных кампаний средствами дизайна. Предпроектный анализ. Разработка концепции.	4
2	2	Оценка принятых решений по созданию рекламной кампании. Творческая стратегия рекламы. Разработка основных носителей и форматов. Выбор иллюстративного ряда и вербальной информации. Разработка фирменного стиля и героя.	6
3	2	Выбор цветового решения. Анализ цветосочетаний. Разработка различных иллюстраций, подготовка к верстке. Выбор шрифтового решения.	6
4	2	Компоновка и верстка носителей рекламы. Работа над иллюстрацией и корпоративным героем.	6
5	3	Проектирование наружной и транспортной рекламы. Выбор носителей и основных образов для рекламы.	6
6	3	Разработка слогана. Оформление проекта.	4

### 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

### 5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
выполнение графических проектов на заданную тему	Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В. Д. Курушин. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. — ISBN 978-5-97060-553-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/97360">https://e.lanbook.com/book/97360</a> (дата обращения: 01.06.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	4	35,75

## 6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	4	Текущий контроль	Контрольная точка 1	10	5	приведен в приложении	зачет
2	4	Текущий контроль	Контрольные точки 2 и 3	20	5	приведен в приложении	зачет

3	4	Текущий контроль	Контрольная точка 4	10	5	приведен в приложении	зачет
4	4	Текущий контроль	Контрольные точки 5 и 6	20	5	приведен в приложении	зачет
5	4	Промежуточная аттестация	Процедура аттестации (просмотр)	-	5	приведен в приложении	зачет

## 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	<p>Прохождение мероприятия промежуточной аттестации не обязательно. Зачёт (мероприятие промежуточной аттестации) проходит в формате просмотра всех выполненных работ по контрольным точкам. В рамках просмотра преподавателем проходит описание основных ошибок и достоинств представленных работ. Если студент не набрал достаточного рейтинга для получения положительной оценки за зачёт, то он переделывает работы по контрольным точкам, где не получил требуемые баллы. Студенты, получившие рейтинг, достаточный для положительной оценки, но желающие его повысить, могут исправить работы не более чем по 2-м контрольным точкам, при этом оценивание таких работ производится по критериям соответствующих контрольных точек.</p>	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

## 6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-1	Знает: стилистические особенности каждого этапа формирования дизайна, понятие рекламы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, задачи и функции рекламы, взаимосвязь графического дизайна с целями и задачами рекламного продукта.	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: работать в графических редакторах; использовать медиа-коммуникационные технологии по предмету, с учетом его специфики; проектировать макеты рекламы с помощью графических редакторов, учитывая современные тренды в дизайне масс-медиа	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: использования информационных технологий и прикладных программ для реализации дизайн-проектов, корпоративных информационных систем	+	+	+	+	+
ПК-3	Знает: презентационные технологии средствами графической подачи проекта, электронной презентации, арт-бука и бренд-бука	+	+	+	+	+
ПК-3	Умеет: создавать презентационные файлы, графические подачи в обосновании авторских идей, способствующих реализации проектных целей	+	+	+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: презентации проекта и обоснования основных дизайнерских идей, оппонирования при коллективном обсуждении проекта	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## Печатная учебно-методическая документация

### а) основная литература:

1. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.
2. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2001. - 619 с. ил.

### б) дополнительная литература:

1. Федотова, Л. Н. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] учеб. для вузов по специальности "Связи с общественностью" Л. Н. Федотова. - М.: Камерон, 2005. - 462, [1] с.

### в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. «КАК»

### г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. реклама и дизайн

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

## Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В. Д. Курушин. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. — ISBN 978-5-97060-553-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. <a href="https://e.lanbook.com/book/97360">https://e.lanbook.com/book/97360</a> (дата обращения: 01.06.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)
4. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

## 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника,
-------------	---	--

	ауд.	предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	114-5(2)	Возможности доступа в Internet, компьютеры с графическими программами