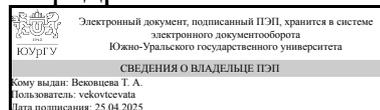


УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. А. Вековцева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.ПО.10.01 Рекламные технологии в графическом дизайне
для направления 54.03.01 Дизайн

уровень Бакалавриат

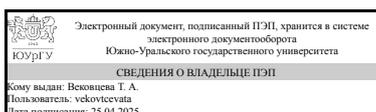
профиль подготовки Графический дизайн

форма обучения очно-заочная

кафедра-разработчик Технология и дизайн

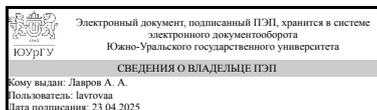
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,
доцент



А. А. Лавров

1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование общих представлений о месте дизайна в процессе производства рекламного продукта; о направлениях деятельности и об основных функциях рекламного дизайна; формирование конкретных представлений о специфике различных видов рекламы, основных рекламных стратегиях, о принципах проектирования эстетически привлекательной рекламы, о приемах и методах визуализации рекламных образов; формирование и развитие системы профессиональных знаний и умений по созданию объектов рекламного дизайна. Задачи: -изучение направлений деятельности рекламного дизайна и его основных функций; -освоение требований к деятельности дизайнера в рекламном процессе; -формирование знаний о сущности и специфике рекламы как сферы применения дизайна; -раскрытие особенностей дизайна в различных видах рекламы; -освоение принципов проектирования эстетически привлекательной рекламы; -изучение приемов и методов эффективной визуализации рекламных образов; -формирование представлений о корпоративной культуре, фирменном стиле организации, его основных элементах; -изучение основных средств рекламного дизайна; -совершенствование навыков анализа лучших образцов рекламного творчества для оценки эффективности дизайнерского решения; -развитие навыков эффективного использования технических средств и прикладных программ в процессе проектирования рекламной продукции.

Краткое содержание дисциплины

Цели, задачи и средства рекламы. История и разновидности рекламы. Основные этапы эволюции рекламы, современные тенденции. Марка товара, ее образ. Позиционирование товара на рынке, брендинг. Создание брифа на разработку рекламной кампании. Выбор средств рекламы. Стратегия рекламной кампании. Специфические черты определенных носителей в графическом дизайне, их место в общей стратегии рекламной кампании. Определение эффективности рекламной кампании.

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: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-полиграфической продукции в цифровом виде |
| ПК-3 Способен обосновывать свои проектные предложения, художественный замысел дизайн-проекта | Знает: виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей Умеет: классифицировать виды рекламы, |

| | |
|--|---|
| | <p>выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов</p> <p>Имеет практический опыт: применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач</p> |
|--|---|

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

| Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана | Перечень последующих дисциплин, видов работ |
|--|---|
| Компьютерные технологии, Промышленная графика и упаковка, Компьютерное проектирование, Брендинг и фирменный стиль | Не предусмотрены |

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

| Дисциплина | Требования |
|---------------------------------|--|
| Компьютерное проектирование | Знать закономерности и основы комплексного проектирования в графическом дизайне; особенности современных графических программ и компьютерные средства проектирования в дизайне. Уметь применять оптимальный графический язык осуществлять компьютерное проектирование объектов дизайна; использовать современные информационные технологии и графические редакторы для создания документации по дизайн-проектам. Владеть техническими навыками дизайн-проектирования. |
| Промышленная графика и упаковка | Знать основные функции упаковки, взаимное влияние упаковки и объектов упаковки, ассортименте упаковочных материалов и основные требования к упаковке и материалам, проблемы охраны окружающей среды. Уметь разрабатывать идеи для решения задач конструирования, выбирать критерии оценки и пользоваться ими при анализе принимаемых решений в процессе конструирования, исследовать проектные ситуации Владеть проектными навыками по созданию новых форм и видов упаковки для различных целевых групп; работать в графических редакторах для создания развёрток упаковки для полиграфического рынка. |
| Компьютерные технологии | Знать основные методы поиска, сбора, обработки, анализа и систематизации информации из различных источников и баз |

| | |
|----------------------------|---|
| | данных. Уметь осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, а также представлять информацию в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий. Владеть навыками практического использования информационных систем, баз данных и оптимизации работы с ними. |
| Брендинг и фирменный стиль | Знать законы графической композиции. Уметь формулировать проектную задачу. Владеть приемами рекламного обращения. |

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 42,25 ч. контактной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|--|-------------|------------------------------------|
| | | Номер семестра |
| | | 9 |
| Общая трудоёмкость дисциплины | 108 | 108 |
| <i>Аудиторные занятия:</i> | 36 | 36 |
| Лекции (Л) | 0 | 0 |
| Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ) | 36 | 36 |
| Лабораторные работы (ЛР) | 0 | 0 |
| <i>Самостоятельная работа (СРС)</i> | 65,75 | 65,75 |
| Разработанный проект рекламной кампании по всем пройденным контрольным точкам (практическим заданиям) в виде презентационного планшета формата А0, который сдается в электронном виде в двух форматах: редактируемый и нередатируемый. | 65,75 | 65.75 |
| Консультации и промежуточная аттестация | 6,25 | 6,25 |
| 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 | Реклама как область графического дизайна | 36 | 0 | 36 | 0 |

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

| № | № | Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара | Кол- |
|---|---|---|------|
|---|---|---|------|

| занятия | раздела | | во часов |
|---------|---------|--|----------|
| 1 | 1 | Реклама как область графического дизайна. Общие сведения об изображении в рекламе. Классификация графических изображений и их характеристика. Требования, предъявляемые к изображениям. Эстетическое изображение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна. Психологическое воздействие рекламного изображения на человека. Эффективность применения графических изображений в рекламе. Практическое задание - выполнить анализ аналогов по основным рекламоносителям предложенной кампании, с выбором аналогов по направлению деятельности (по выбору студентов). ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕЙ: 1. Рассмотреть модульную сетку. 2. Композицию. 3. Цветовую гамму и шрифт. 4. Расположение и использование логотипа (отметить + и -, насколько удачно считывается информация о самой компании). 5. Идеино-образное воплощение (сочетание изображений, слогана, концепции, соответствие целевой аудитории). 6. Дополнительная информация. | 6 |
| 2 | 1 | Реклама как область графического дизайна. Семинар, на котором сделать доклад с презентацией по выполненному ранее анализу аналогов по основным рекламоносителям предложенной кампании, с выбором аналогов по направлению деятельности, выбранными студентами в предыдущем задании. | 4 |
| 3 | 1 | Реклама как область применения графического дизайна. Рекламная концепция. Практическое задание. Разработать рекламную концепцию: 1) выбрать рекламную идею-сценарий; 2) выполнить поиск графической идеи; 3) составить описательную концепцию рекламной кампании. | 6 |
| 4 | 1 | Проектный процесс в дизайне рекламы. Визуализация дизайн-концепции. Практическая работа - выполнить визуализацию дизайн-концепции: 1) визуализация рекламной идеи-сценария; 2) разработка рекламоносителей, их графическая реализация (3 основных и 2 по выбору из ТЗ- техническое задание). ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ: 1. Информация о Компании 2. Название 3. Контактные данные: адрес компании, электронная почта, интернет-сайт 4. Род деятельности 5. Конкурентные преимущества 6. Потребители 7. Конкуренты 8. Дополнительная информация о Компании (не вошедшая по каким-то причинам в предыдущие пункты). Обязательно к исследованию: 1. Информация о рекламируемом продукте (или услуге). 2. Информация о существующем фирменном стиле. 3. Состав задания. | 6 |
| 5 | 1 | Макет рекламного буклета Практическая работа - разработать макет рекламного буклета. 1. Изучить методы печати: высокая печать; глубокая печать; плоская печать. 2. Выполнить рекламный буклет сложной конструкции. | 6 |
| 6 | 1 | Макет для СМИ и наружной рекламы. Практическая работа - разработать макеты рекламы на носителях и в СМИ. Выполнить макеты рекламы и в СМИ. : 1) на транспорте (аппликация на автобус или автомобиль); 2) для журнала или газеты (полоса или 14 полосы). | 6 |
| 7 | 1 | Защита проекта рекламной компании | 2 |

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 |
| Разработанный проект рекламной кампании по всем пройденным контрольным точкам (практическим заданиям) в виде презентационного планшета формата А0, который сдается в электронном виде в двух форматах: редактируемый и не редактируемый. | 1. Хембри, Р. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы Текст Самый полный справочник Р. Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М.: АСТ : Астрель, 2008. - 192 с. илл. 2. Чернатони, Л. де Бренддинг: Как создать мощный бренд Учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг", 080300 "Коммерция", 070801 "Реклама" Л. Чернатони, М. МакДональд; Пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ, 2006. - 543 с. | 9 | 65,75 |

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 | 9 | Текущий контроль | Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга | 1 | 5 | приведен в приложении | зачет |
| 2 | 9 | Текущий контроль | Реклама как область применения графического дизайна. Концепция рекламной компании | 1 | 5 | приведен в приложении | зачет |
| 3 | 9 | Текущий контроль | Проектный процесс в дизайне рекламы | 1 | 5 | приведен в приложении | зачет |
| 4 | 9 | Текущий контроль | Макет рекламного буклета | 1 | 5 | приведен в приложении | зачет |
| 5 | 9 | Текущий контроль | Макет для СМИ и наружной рекламы | 1 | 5 | приведен в приложении | зачет |
| 6 | 9 | Промежуточная аттестация | Проект рекламной компании (товара или услуги) | - | 5 | приведен в приложении | зачет |

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

| Вид промежуточной аттестации | Процедура проведения | Критерии оценивания |
|------------------------------|--|---|
| зачет | Прохождение мероприятий промежуточной аттестации не обязательно. Студент выполняет контрольные точки во время практических занятий текущего контроля, а также в рамках СРС дорабатывает их самостоятельно, затем предъявляет выполненный готовый проект к просмотру в конце семестра. Зачет выставляется по итогам выполнения контрольных точек текущего контроля и промежуточной аттестации (защита проекта) в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания при наборе студентов не менее 60 баллов по курсу. | В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения |

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

| Компетенции | Результаты обучения | № КМ | | | | | |
|-------------|---|------|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ПК-1 | Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, | + | + | + | + | + | + |
| ПК-1 | Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах | + | + | + | + | + | + |
| ПК-1 | Имеет практический опыт: создания макетов рекламной полиграфической продукции в цифровом виде | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3 | Знает: виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3 | Умеет: классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов | + | + | + | + | + | + |
| ПК-3 | Имеет практический опыт: применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач | + | + | + | + | + | + |

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

- Нестеров Д. И. Графический дизайн элементов фирменного стиля : учеб. пособие по направлению 270300.62 "Дизайн арх. среды" / Д. И. Нестеров, М. А. Лебедева ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Дизайн ; ЮУрГУ. - Челябинск : Издательский Центр ЮУрГУ, 2014. - 44, [2] с. : ил.. URL: http://www.lib.susu.ac.ru/ftd?base=SUSU_METHOD&key=000527336
- Хембри Р. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы : Самый полный справочник / Р. Хембри ; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. - М. : АСТ : Астрель, 2008. - 192 с. : илл.

б) дополнительная литература:

1. Объемно-пространственная композиция [Текст] учеб. пособие для вузов А. В. Степанов, В. И. Мальгин, Г. И. Иванова и др.; Под ред. А. В. Степанова. - М.: Стройиздат, 1993. - 254,[1] с. ил.

2. Стасюк, Н. Г. Макетирование [Текст : непосредственный] учеб. пособие для вузов по направлению "Архитектура": пропедевт. курс Н. Г. Стасюк, Т. Ю. Киселева, И. Г. Орлова ; Моск. Архитект. ин-т (Гос. Акад.), Дневн. подгот. курсы. - Москва: Архитектура-С, 2014. - 94, [1] с. ил.

3. Устин, В. Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика [Текст] В. Б. Устин. - М.: АСТ : Астрель, 2009. - 254, [1] с. ил., цв. ил., портр.

4. Финаева, О. В. Макетирование [Текст] учеб. пособие к практ. занятиям по направлению "Дизайн" О. В. Финаева ; под ред. М. Ю. Сидоренко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Дизайн и изобразит. искусства ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательский Центр ЮУрГУ, 2017. - 62, [2] с. ил. электрон. версия

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

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. макетирование из бумаги

2. Методические указания для студентов по освоению дисциплины «Макетирование»

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. макетирование из бумаги

2. Методические указания для студентов по освоению дисциплины «Макетирование»

Электронная учебно-методическая документация

| № | Вид литературы | Наименование ресурса в электронной форме | Библиографическое описание |
|---|--|--|---|
| 3 | Методические пособия для самостоятельной работы студента | Учебно-методические материалы кафедры | Курс «Макетирование» (размещен в СДО «Электронный ЮУрГУ») https://edu.susu.ru/ |

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. Corel-CorelDRAW Graphics Suite X(бессрочно)
4. ABBYY-FineReader 8(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| | | |
|---------------------------------|------------|--|
| Вид занятий | № ауд. | Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий |
| Практические занятия и семинары | 465 (3) | Рабочие места с компьютерами, столы макетные, стулья офисные. |