

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

16.02.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.2.8 Дизайн в рекламе

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

09.03.02 Информационные системы и технологии

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Информационные системы и технологии в рекламе, масс-медиа и контент-маркетинге

Курс 3
Семестр 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	32	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	48	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	80	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	64	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	6	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 09.03.02 Информационные системы и технологии

Программу составили:

доцент	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Сергеева
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

(наименование кафедры)		
16.02.2022	протокол №	4
(дата)		
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Якаева Ирина Геннадьевна, Заведующий Редакционно-издательским отделом – Пресс-службой Национального музея Республики Марий Эл им. Т. Евсеева

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 17.02.2022 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах	УК-5.1 Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии в социально-историческом, этическом и философском контекстах	знания: Знает базовые представления о межкультурном разнообразии в социально-историческом, этическом и философском контекстах умения: Умеет различать базовые представления о межкультурном разнообразии в социально-историческом, этическом и философском контекстах навыки: Обладает навыками формирования базовых представлений о межкультурном разнообразии в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	знания: Знает межкультурные разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах умения: Умеет учитывать межкультурные разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах навыки: Обладает навыками восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	УК-5.3 Способен выявлять культурные особенности и универсалии, ценностные основания межкультурного взаимодействия	знания: Знает культурные особенности и универсалии, ценностные основания межкультурного взаимодействия умения: Умеет выявлять культурные особенности и универсалии, ценностные основания межкультурного взаимодействия навыки: Обладает навыками выявления культурных особенностей и универсалий, ценностных оснований межкультурного взаимодействия

	<p>УК-5.4 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций народов мира, включая религиозные, философские и этические учения.</p>	<p>знания: Знает историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций народов мира, включая религиозные, философские и этические учения.</p> <p>умения: Умеет демонстрировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций народов мира, включая религиозные, философские и этические учения.</p> <p>навыки: Обладает навыками уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций народов мира, включая религиозные, философские и этические учения.</p>
--	---	---

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Философия (УК-5), История (история России, всеобщая история) (УК-5), Управление коммуникационными проектами (УК-5)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Теория и практика медиакоммуникации (УК-5), Организация и проведение коммуникационных компаний (УК-5); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (УК-5)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, классическая лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Феномен дизайна в современной науке и практике.	144	УК-5
Лекция. Роль и значение рекламы в современных условиях. Виды, средства и задачи рекламы. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	2	
Лекция. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама.	2	
Лекция. Дизайн рекламы. Расшифровка понятия и основных задач.	2	
Лекция. Значение фирменного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы. Технология создания фирменного стиля. Фирменная документация как объект графического дизайна.	2	
Лекция. Бренд: понятие, функции, основные составляющие. Товарный знак и его виды.	2	
Лекция. Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.	2	
Лекция. Реклама как область применения графического дизайна. Визуальные коммуникации. Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер размещения, образность.	4	
Лекция. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения. Графические рекламные носители. Печатная реклама. Наружная реклама. Основные виды и особенности.	2	
Лекция. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ. Приемы и средства композиции.	2	
Лекция. Рекламное обращение и его составляющие. Модульная сетка. Структура и тип компоновки рекламных сообщений.	2	
Лекция. Типографика. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов.	2	
Лекция. Проектный процесс в дизайне рекламы. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. Методы оценки эффективности дизайна рекламы.	2	
Лекция. Технологии производства печатной и наружной рекламы. Современные способы печати полиграфической продукции. Особенности широкоформатной печати: основные требования к файлам. Особенности офсетной и цифровой печати: требования к файлам.	4	
Лекция. Интернет-реклама. Основные виды и особенности.	2	
Практическое занятие. Основы работы в графическом редакторе CorelDRAW.	12	
Практическое занятие. Принципы использования элементов дизайна. Цвет, форма, типографика: методика выбора, использование в рекламных целях.	4	
Практическое занятие. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы.	6	
Практическое занятие. Элементы фирменного стиля	10	

организации. Фирменная документация как объект графического дизайна.		
Практическое занятие. Системы восприятия и принципы построения логотипа.	6	
Практическое занятие. Рекламная стратегия и рекламная идея. Визуализация дизайн-концепции при разработке рекламоносителей.	6	
Практическое занятие. Технологии производства печатной и наружной рекламы. Основы предпечатной подготовки.	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение конспектирование источников и учебной литературы к практическим занятиям, изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала.	64	
Иная контактная работа:	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины (модуля) рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине (модулю), концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации. Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины (модуля).

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины (модуля), оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины (модуля), к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Изучение дисциплины (модуля) включает выполнение практических заданий. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) является балльно-рейтинговый контроль.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Овчинникова, Раиса Юрьевна. Дизайн в рекламе [Текст] : основы графического проектирования : учеб. пособие для студентов вузов по специальности 070601 "Дизайн" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 238, [1] с. ISBN 978-5-238-01525-5. Экземпляры: всего 17.	17
2.	Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : [учеб. для вузов по специальности "Реклама"] / Л. М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. М.: Экономистъ, 2008. - 638 с. ISBN 978-5-98118-159-7. Экземпляры: всего 20.	20
3.	Поляков, Е. Ю. Введение в векторную графику [Электронный ресурс] / Поляков Е. Ю. Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 268 с. ISBN 978-5-8114-9432-3.	https://e.lanbook.com/book/282734
4.	Диков, А. В. Клиентские технологии веб-дизайна. HTML5 и CSS3 [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Диков А. В. 2-е изд., стер. Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 188 с. ISBN 978-5-507-46740-2.	https://e.lanbook.com/book/318443
5.	Скоробогатых, И. И. Маркетинговое управление разработкой продукта [Электронный ресурс] : учебное пособие / Скоробогатых И. И., Солнцев М. А., Мусатова Ж. Б., Невоструев П. В. Москва: Дашков и К, 2022. - 176 с. ISBN 978-5-394-04827-2.	https://e.lanbook.com/book/228842
6.	Суворов, А. П. Применение САПР Autodesk Fusion 360 в промышленном дизайне. Лабораторный практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Суворов А. П. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 116 с. ISBN 978-5-507-44554-7.	https://e.lanbook.com/book/261311
7.	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / Шевченко Д. А. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 604 с. ISBN 978-5-394-03977-5.	https://e.lanbook.com/book/229598
8.	Немцова, Т. И. Компьютерная графика и WEB-дизайн [Текст] : учебное пособие для студентов учреждений СПО по УГС 09.02.00 "Информатика и вычислительная техника" / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин. Москва: ИД "ФОРУМ" ; ИНФРА-М, 2019. - 399, [1] с. ISBN 978-5-8199-0790-0 978-5-16-013955-5 978-5-16-106582-2. Экземпляры: всего 20.	20
9.	Виноградова, Светлана Михайловна. Психология массовой коммуникации [Текст : Электронный ресурс] : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. Москва: Юрайт, 2023. - 443 с ISBN 978-5-534-13985-3.	https://urait.ru/book/psihologiya-massovoy-kommunikacii-510894
ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	http://elibrary.ru

2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	http://cyberleninka.ru
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.ru
2.	Информационно-правовой портал Гарант	http://www.garant.ru
3.	Профессиональные справочные системы Техэксперт	http://www.cntd.ru

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	322 (II)	Доска аудиторная 1000*1500 (1), Компьютер RAMEC GALE Custom i3-3200/4ГБ/ монитор LCD 21.5", клавиат.,мышь (15), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач, CorelDRAW Graphics Suite X7 Education Lic (5-50)
2.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач, CorelDRAW Graphics Suite X7 Education Lic (5-50)

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
 - умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
 - умение применять теоретические знания при решении практических заданий.
- Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/ или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Полиграфия – это ...

А) совокупность технических средств для получения большого количества одинаковых изданий и способов печатного размножения продукции;

Б) подготовка публикаций;

В) программа подготовки печатного издания;

Г) подготовка и вывод на печать публикации.

2. Вывод на принтер страниц подготовленного макета в определенном порядке, называется...

А) параметры печати;

Б) спуск полос;

В) фальцовка;

Г) биговка.

3. Вид плоской печати, основанный на печатании с передачей формы на бумагу посредством специальной промежуточной поверхности, называется ...

А) высокая печать;

Б) глубокая печать;

В) офсетная печать;

Г) многоцветная печать.

4. Фальцовка – это ...

А) обработка сгиба;

Б) подготовка к печати;

В) складывание листа;

Г) процесс формирования книжного блока

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Реклама. Виды рекламы.

2. Реклама в системе маркетинга и ее функции.

3. Реклама и маркетинговый процесс: стадия исследования.

4. Реклама и маркетинговый процесс: стратегическая стадия. Уникальное торговое предложение. Позиционирование товара.

5. 4Р маркетинга, структура бренда.

6. Реклама и маркетинговый процесс: стадия реализации.

7. Реклама и маркетинговый процесс: стадия оценки.

8. Рекламная коммуникация: цели, основные элементы, этапы.

9. Каналы распространения рекламы.

10. Медиапланирование и его содержание.
11. Потребитель и потребительское поведение.
12. Психологические типы потребителей и теории, объясняющие их поведение.
13. Группы мотивов, используемые в рекламе.
14. Определите понятие товара в рекламе.
15. Рекламное сообщение. Структура рекламного сообщения.
16. Фирменный стиль.
17. Значение знаков, символов и формы в рекламе.
18. Значение цвета в рекламе.
19. Рекламный образ и его формирование.
20. Определение рекламной кампании. Концепция рекламной кампании. Этапы подготовки и проведения рекламной кампании.
21. Рекламные идентификаторы. Торговая марка. Товарный знак.
22. Композиция фирменного знака. Виды товарных знаков.
23. Разработка товарного знака. Требования, предъявляемые к разработке товарного знака.
24. Особенности различных видов печатной рекламной продукции.
25. Полиграфическая рекламная продукция малых форм: листовки, буклеты, визитные карточки, плакаты и т. п.
26. Упаковка продукта. Товарная этикетка.
27. Реклама на радио.
28. Изобразительные средства телевизионной рекламы.
29. Наружная реклама.
30. Реклама в Интернет.
31. BTL и ATL рекламные технологии.
32. Предпечатная подготовка рекламной полиграфической продукции.
33. Печать и виды печати. После печатная обработка полиграфической продукции.