

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

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

02.02.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.2.2 Дизайн в рекламе и связях с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 2
Семестр 4

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	144 / 4	часов/зачетных единиц
Лекции	36	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	36	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	72	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	72	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	4	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

старший преподаватель	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	Д.В. Ефремова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

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

(наименование кафедры)		
18.01.2021	протокол №	5
(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): Винокуров М.А., главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 07.02.2022 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. ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	знания: - основы психологии, социологии, культурологии, искусства - профессиональную этику и этикет. - технологий медиарилейшнз - технологий медиапланирования в онлайн и онлайн среде умения: -структурировать социологические данные - предоставлять заказчику необходимую, достоверную и полную информацию о продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора - использование медиарилейшнз и технологий медиапланирования в онлайн и онлайн среде навыки: - оценки и анализа полученных результатов потребностей потребителей - применение технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при изучении запросов потребителей

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: Теория и практика медиакommunikаций (ПК-1)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью (ПК-1), Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-1), Анализ целевых аудиторий в рекламе и связях с общественностью (ПК-1)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

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

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, игровые процедуры, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, деловая игра, классическая лекция, лекция с элементами мозгового штурма, мини-проекты, ролевая игра

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Феномен дизайна в современной науке и практике.	68	ПК-1
Лекция. Предыстория дизайна. Уильям Моррис и Движение за Обновление искусств и ремесел.	2	
Лекция. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.	2	
Лекция. Русский авангард. Художественное конструирование в первые годы Советской власти. ИНХУК, ВХУТЕМАС (ВХУТЕИН) - школа по подготовке дизайнеров в СССР. Производственное искусство: теория и практика. Этапы развития дизайна в России.	4	
Лекция. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.	4	
Лекция. Баухауз: возникновение, цели и задачи, методы обучения. Деятельность В. Гропиуса - первого директора Баухауза. Значение Баухауза и его роль в развитии дизайна	4	
Лекция. Постмодернизм. Современные школы и направления.	2	
Практическое занятие. Появление новой пространственной концепции в искусстве двадцатого века. Влияние современного искусства на художественную культуру.	4	
Практическое занятие. Русский авангард. Художественное конструирование в первые годы Советской власти. ИНХУК, ВХУТЕМАС (ВХУТЕИН) - школа по подготовке дизайнеров в СССР. Производственное искусство: теория и практика. Этапы развития дизайна в России.	4	
Практическое занятие. Баухауз: возникновение, цели и задачи, методы обучения. Деятельность В. Гропиуса - первого директора Баухауза. Значение Баухауза и его роль в развитии дизайна.	2	
Практическое занятие. Постмодернизм. Современные школы и направления.	4	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР конспектирование источников и учебной литературы к практическим занятиям, изучение лекционного материала и подготовка к текущему контролю, написание докладов, эссе, изучение дополнительного материала.	36	
Особенности организационной культуры в учреждениях рекламы и СО	76	ПК-1
Лекция. О понимании дизайна. Основные определения и понятия. Реклама, ее место в современном мире, классификация рекламы.	2	
Лекция. Аппаратные и программные средства, необходимые для работы дизайнера.	2	
Лекция. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства.	2	
Лекция. Основной закон композиции. Основные принципы и	4	

художественно-выразительные средства композиции.		
Лекция. Объективные свойства формы, типы форм, основные и вспомогательные свойства формы. Понятие «величина и масса формы».	4	
Лекция. Общие сведения о теории цвета и ее основные понятия. Главные характеристики цвета: цветовой тон, светлота, насыщенность. Восприятие цвета. Глаз как орган восприятия цвета. Трехкомпонентная теория цветового зрения.	4	
Практическое занятие. Стили рекламной графики.	4	
Практическое занятие. Модульная система проектирования. Модульные сетки.	4	
Практическое занятие. Фирменный стиль как дизайн-задача.	4	
Практическое занятие. Структурные элементы печатной рекламы.	4	
Практическое занятие. Реклама как часть городской среды (о художественной выразительности рекламы, размещаемой на зданиях).	4	
Практическое занятие. Применение технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при изучении запросов потребителей	2	
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.	36	
Иная контактная работа: дифференцированный зачет (БРК)	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Дизайн в рекламе и связях с общественностью 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 Дизайн в рекламе и связях с общественностью), 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.

Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Дизайн в рекламе и связях с общественностью, 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, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины включает выполнение контрольной работы, написание эссе и т.д. Возможности проведения форм такого контроля: самостоятельная работа, система оценивания

хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Условия аттестации приведены в технологической карте, входящей в состав рабочей программы дисциплины. Формой промежуточной аттестации по дисциплине 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.	Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] : [учеб. пособие] / Е. В. Ромат. 2-е изд. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2009. - 207 с. ISBN 978-5-388-00586-1. Экземпляры: всего 21.	21
2.	Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] : теория и практика : [учебник для студентов экономических вузов (бакалавров) и специалистов] / Е. Ромат, Д. Сендеров. 8-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 505 с. ISBN 978-5-496-00114-4. Экземпляры: всего 23.	23
3.	Шарков, Феликс Изосимович. Паблик рилейшнз [Текст] : [учеб. пособие для студентов вузов по специальности 350700 "Реклама"] / Ф. И. Шарков ; Междунар. ун-т бизнеса и упр. М.: Дашков и К, 2006. - 311 с. ISBN 5-94798-719-8. Экземпляры: всего 18.	18
4.	Шарков, Феликс Изосимович. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учеб. для студентов вузов по специальности "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технологий. 2-е изд. М.: Дашков и К, 2009. - 347 с. ISBN 978-5-394-00419-3. Экземпляры: всего 20.	20
5.	Шарков Феликс Изосимович Интерактивные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст] [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф. И. Шарков. Москва: Дашков и К, 2014. - 336 с. ISBN 978-5-394-00783-5.	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=56211
6.	Дурович, Александр Петрович. Реклама в туризме [Текст] : учеб. пособие / А. П. Дурович. М.: Новое знание, 2003. - 253 с. ISBN 5-94735-022-X. Экземпляры: всего 30.	30
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	http://www.consultant.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.	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

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	отлично

	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	
--	--	--

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.
- 34. После печатная обработка полиграфической продукции.