



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АРХИТЕКТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(УрГАХУ)

Кафедра графического дизайна



УТВЕРЖДАЮ:
И. В. Саченко
2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ

Направление подготовки(Специальность)	Дизайн	
Код направления и уровня подготовки	54.03.01	
Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО	дата	11.08.2016
	№	1004
Тип образовательной программы	Прикладной бакалавриат	
Профиль)	Дизайн костюма	
Учебный план	Прием 2016, 2017, 2018	
Форма обучения	Очная	

Екатеринбург, 2018

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ

1.1 Место дисциплины в структуре образовательной программы, связи с другими дисциплинами:

Дисциплина **ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ** входит в вариативную по выбору студента часть образовательной программы бакалавриата. Дисциплине предшествуют занятия по таким дисциплинам как «Дизайн-проектирование», «Информационные технологии», «Компьютерная графика». Знания, умения, навыки, полученные в процессе изучения дисциплины, используются при освоении дисциплины «Дизайн-проектирование» и при выполнении выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.2 Аннотация содержания дисциплины:

Специфика рекламной деятельности и роль графического дизайна. Специфика восприятия печатного рекламного сообщения. Создание коммуникативного сообщения социальной рекламы. Массовые пути распространения рекламы и современные рекламносители.

1.3 Краткий план построения процесса изучения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины включает лекции и самостоятельную работу студентов по выполнению графических заданий. Основные формы интерактивного обучения: мультимедийные презентации с демонстрацией образцов печатной и видео-рекламы. В ходе изучения дисциплины студенты выполняют 4 графические работы.

Форма заключительного контроля при промежуточной аттестации – зачёт. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине создан фонд оценочных средств.

Оценка по дисциплине носит интегрированный характер, учитывающий результаты оценивания участия студентов в аудиторных занятиях, качества и своевременности выполнения самостоятельных графических работ и сдачи зачета.

1.4 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины является этапом формирования у студента следующих компетенций:

ОПК-7: способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий
--

ПК-10: способностью использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам
--

Планируемый результат изучения дисциплины в составе названных компетенций: уверенное Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для проектно-творческой работы с объектами рекламы.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать и понимать общие принципы функционирования рекламы и принципиальное устройство рекламного рынка; современные и традиционные коммуникативные технологии в рекламе; правовые основы рекламной деятельности, федеральный закон «О рекламе».

Уметь:

- а) применять знание и понимание при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи;
- б) выносить суждения о приемах гармонизации форм, структур, комплексов и систем;
- в) комментировать данные и результаты, связанные с областью изучения, коллегам и преподавателю.

Р.2	<p>Специфика восприятия печатного рекламного сообщения.</p> <p>Тема 1. Семиотика графического образа в рекламе, печатное рекламное сообщение как креолизованный текст</p> <p>Тема 2. Взаимосвязь цвето-тонового решения рекламного плаката и эмоционально-психологического восприятия его смысла</p> <p>Тема 3. Графическая композиция плаката наружной рекламы, стереотипные и инновационные дизайнерские решения</p> <p>Тема 4. Рекламный слоган или девиз, требования к разработке вербальной компоненты рекламного сообщения</p> <p>Тема 5. Шрифт как значимый элемент рекламного послания, графический язык шрифта, типографика современного рекламного плаката</p> <p>Тема 6. Виды и актуальные техники исполнения графической иллюстрации в рекламе</p> <p>Тема 7. Пути инновационного проектного поиска в дизайне плаката наружной рекламы</p>
------------	---

3 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УЧЕБНОГО ВРЕМЕНИ

3.1 Распределение аудиторных занятий и самостоятельной работы по разделам дисциплины

Семестр	Итого часов семестра	Раздел дисциплины, тема	ВСЕГО	Аудиторные занятия		Самост. работа (час.)	Оценочные средства
				Лекции	Практ. занятия, семинары		
8	1	Раздел I. Специфика рекламной деятельности и роль графического дизайна Тема 1. Маркетинговые стратегии как основа проектного целеполагания в рекламе	12	2	-	10	
8	2	Тема 2. Правовые основы рекламной деятельности, ФЗ «О рекламе», основные разделы	6	1	-	5	
8	2	Тема 3. Профессиональное разделение труда в рекламной сфере, особенности межпрофессиональной коммуникации	6	1	-	5	Граф. работа № 1
8	3	Тема 4. Решение коммуникативных задач инструментами графического дизайна	6	1	-	5	
8	3	Тема 5. Визуализация рекламных посланий, воплощение скрытых рекламных смыслов	6	1	-	5	
8	4	Тема 6. Образы в рекламе их эмоциональная и смысловая насыщенность	6	1	-	5	
8	4	Тема 7. Психо-физиологические особенности восприятия рекламных объектов и сообщений, психологические приемы усиления	6	1	-	5	Граф. работа № 2

		рекламной коммуникации					
8	5	Тема 8. Проблемы рекламного творчества, базовые креативные приемы	12	2	-	10	
8	6	Раздел II. Специфика восприятия печатного рекламного сообщения Тема 1. Семиотика графического образа в рекламе, печатное рекламное сообщение как креолизованный текст	6	1	-	5	
8	6	Тема 2. Взаимосвязь цвето-тонового решения рекламного плаката и эмоционально-психологического восприятия его смысла	6	1	-	5	
8	7	Тема 3. Графическая композиция плаката наружной рекламы, стереотипные и инновационные дизайнерские решения	6	1	-	5	
8	7	Тема 4. Рекламный слоган или девиз, требования к разработке вербальной компоненты рекламного сообщения	6	1	-	5	Граф. работа № 3
8	8	Тема 5. Шрифт как значимый элемент рекламного послания, графический язык шрифта, типографика современного рекламного плаката	6	1	-	5	Граф. работа № 4
8	8	Тема 6. Виды и актуальные техники исполнения графической иллюстрации в рекламе	6	1	-	5	
8	9	Тема 7 Пути инновационного проектного поиска в дизайне плаката наружной рекламы	12	2	-	10	
Итого:			108	18	-	90	зачет

3.2 Другие виды занятий

Не предусмотрено

3.3 Мероприятия самостоятельной работы и текущего контроля

3.3.1 Примерный перечень тем курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрено

3.3.2 Примерный перечень тем расчетно-графических работ

Не предусмотрено

3.3.3 Примерный перечень тем графических работ:

Выполняются в часы самостоятельной работы:

- 1) Базовые креативные приемы в графике рекламы;
- 2) Актуальные техники исполнения графической иллюстрации в рекламе.
- 3) Графическая композиция плаката наружной рекламы;
- 4) Графический язык шрифта.

3.3.4 Примерный перечень тем расчетных работ (программных продуктов)

Не предусмотрено

3.3.5 Примерный перечень тем рефератов (эссе, творческих работ)

Не предусмотрено

3.3.6 Примерный перечень тем практических внеаудиторных (домашних) работ

Не предусмотрено

3.3.7 Примерная тематика контрольных работ

Не предусмотрено

3.3.8 Примерная тематика Klausур

Не предусмотрено

4 ПРИМЕНЯЕМЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ

Код раздела, темы дисциплины	Активные методы обучения							Дистанционные технологии и электронное обучение							
	Компьютерное тестирование	Кейс-метод	Деловая или ролевая игра	Портфолио	Работа в команде	Метод развивающей кооперации	Балльно-рейтинговая система	Презентация	Другие методы (какие)	Сетевые учебные курсы	Виртуальные практикумы и тренажеры	Вебинары и видеоконференции	Асинхронные веб-конференции и семинары	Совместная работа и разработка контента	Другие (указать, какие)
Р.1 Т.3,7 Р.2. Т.4,5								*							

5 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

5.1.1 Основная литература

1. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования: учебное пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2013. - 239 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010&sr=1>
2. Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. Пособие / Т. В. Макарова, О. Н. Ткаченко, О. Г. Капустина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 271 с. : ил. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116634&sr=1>
3. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для acad. бакалавриата / В. А. Поляков ; Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. - М. : Юрайт, 2015. - 504 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E>.

5.1.2. Дополнительная литература

1. Веселова Ю. В., Семёнов О. Г. Графический дизайн рекламы [Электронный ресурс]. Плакат: учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2012. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990&sr=1>
2. Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие / О. Н. Ткаченко. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 176 с. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы. Разрыв: реклама, разрушающая общепринятое / Пер. с англ. Д. Раевской. – СПб. : Питер, 2002. – 272 с.
3. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT. – СПб. : Питер, 2004. — 320 с. : ил.

5.2 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы

Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT. – СПб. : Питер, 2004. — 320 с. : ил.

5.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем*

5.3.1. Перечень программного обеспечения

Тип ПО	Название	Источник	Доступность для студентов
Прикладное ПО/ Офисный пакет	Microsoft Office	Лицензионная программа	Доступно в компьютерном классе и в аудиториях для самостоятельной работы УрГАХУ
Прикладное ПО/ 3D моделирование	Autodesk 3D Studio MAX	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Графический пакет	Corel DRAW Graphics Suite	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Графический пакет	Adobe Creative Suite (Master Collection)	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ Архивирование	WinRAR	Лицензионная программа	
Прикладное ПО/ 3D моделирование	V-Ray	Лицензионная программа	

5.3 Базы данных и информационные справочные системы

Не используются

5.4 Электронные образовательные ресурсы

<http://biblioclub.ru/>

6 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Студент обязан:

1) знать:

- график учебного процесса по дисциплине (календарный план аудиторных занятий и план-график самостоятельной работы);
- порядок формирования итоговой оценки по дисциплине;
(преподаватель на первом занятии по дисциплине знакомит студентов с перечисленными организационно-методическими материалами);

2) посещать все виды аудиторных занятий (преподаватель контролирует посещение всех видов занятий), вести самостоятельную работу по дисциплине, используя литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины и преподавателем (преподаватель передает список

рекомендуемой литературы студентам);

- 3) готовиться и активно участвовать в аудиторных занятиях, используя рекомендованную литературу и методические материалы;
- 4) своевременно и качественно выполнять все виды аудиторных и самостоятельных работ, предусмотренных графиком учебного процесса по дисциплине (преподаватель ведет непрерывный мониторинг учебной деятельности студентов);
- 5) в случае возникновения задолженностей по текущим работам своевременно до окончания семестра устранить их, выполняя недостающие или исправляя не зачтенные работы, предусмотренные графиком учебного процесса (преподаватель на основе данных мониторинга учебной деятельности своевременно предупреждает студентов о возникших задолженностях и необходимости их устранения).

7 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения занятий используется аудитория, оборудованная учебной мебелью (столы, стулья) в соответствии с количеством студентов, в процессе лекционных занятий используется компьютерное оборудование (мультимедийный проектор, экран), для практических занятий используются ноутбуки.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки:

1) соответствия фактически достигнутых каждым студентом результатов изучения дисциплины результатам, запланированным в формате дескрипторов «знать, уметь, иметь навыки» (п.1.4) и получения интегрированной оценки по дисциплине;

2) уровня формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины.

8.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

8.1.1 Уровень формирования элементов компетенций, соответствующих этапу изучения дисциплины, оценивается с использованием следующих критериев и шкалы оценок*

Критерии		Шкала оценок
Оценка по дисциплине		Уровень освоения элементов компетенций
Отлично	Зачтено	Высокий
Хорошо		Повышенный
Удовлетворительно		Пороговый
Неудовлетворительно	Не зачтено	Элементы не освоены

*) описание критериев см. Приложение 1.

8.1.2 Промежуточная аттестация по дисциплине представляет собой комплексную оценку, определяемую уровнем выполнения всех запланированных контрольно-оценочных мероприятий (КОМ). Используемый набор КОМ имеет следующую характеристику:

№ п/п	Форма КОМ	Состав КОМ
1	Посещение аудиторных занятий	
2	Графические работы	4 работы по 3 задания
3	Зачет	Выполнение всех работ семестра

Характеристика состава заданий КОМ приведена в разделе 8.3.

8.1.3. Оценка знаний, умений и навыков, продемонстрированных студентами при выполнении отдельных контрольно-оценочных мероприятий и оценочных заданий, входящих в их состав, осуществляется с применением следующей шкалы оценок и критериев:

Уровни оценки достижений студента (оценки)	Критерии для определения уровня достижений	Шкала оценок
	Выполненное оценочное задание:	
Высокий (В)	соответствует требованиям*, замечаний нет	Отлично (5)
Средний (С)	соответствует требованиям*, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (4)
Пороговый (П)	не в полной мере соответствует требованиям*, есть замечания	Удовлетворительно (3)
Недостаточный (Н)	не соответствует требованиям*, имеет существенные ошибки, требующие исправления	Неудовлетворительно (2)
Нет результата (О)	не выполнено или отсутствует	Оценка не выставляется

*) Требования и уровень достижений студентов (соответствие требованиям) по каждому контрольно-оценочному мероприятию определяется с учетом критериев, приведенных в Приложении 1.

8.2 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕЗАВИСИМОГО ТЕСТОВОГО КОНТРОЛЯ

При проведении независимого тестового контроля как формы промежуточной аттестации применяется методика оценивания результатов, предлагаемая разработчиками тестов.

8.3 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.3.1. Перечень оценочных заданий для графических работ:

Темы графических работ:

Графическая работа № 1 «Базовые креативные приемы в графике рекламы».

Графическая работа № 2 «Актуальные техники исполнения графической иллюстрации в рекламе».

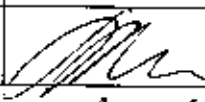
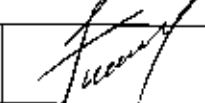
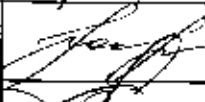

Графическая работа № 3 «Графическая композиция плаката наружной рекламы».

Графическая работа № 4 «Графический язык шрифта».

Задания:

1. Выбрать смысловой аспект темы, найти информацию и аналоги, проработать идею, создать графические «исходники», проработать вербальные компоненты, используя информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы.
2. Создать поисковые эскизы или эскиз для представления на обсуждение в группе.
3. Написание аннотации к заданию

Все графические работы оформляются в виде брошюры формата А 4.

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:					
№ п/п	Кафедра	Ученая степень, ученое звание	Должность	ФИО	Подпись
1	Кафедра графического дизайна	Кандидат искусствоведения	доцент	Т.С.Игошина	
Рабочая программа дисциплины согласована:					
Заведующий кафедрой графического дизайна				В.В.Тиликин	
Директор библиотеки УрГАХУ				Н.В. Нохрина	
Декан факультета дизайна				Е.Э.Павловская	

Критерии уровня сформированности элементов компетенций на этапе изучения дисциплины с использованием фонда оценочных средств

Признаки уровня и уровни освоения элементов компетенций					
Компоненты компетенций	Дескрипторы	Высокий	Повышенный	Пороговый	Компоненты не освоены
Знания*	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения, необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует высокий уровень соответствия требованиям обучения	Студент демонстрирует соответствие требованиям обучения	Студент демонстрирует соответствие требованиям обучения	Студент демонстрирует соответствие требованиям обучения
Умения*	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения
Личностные качества (умения в обучении)	Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать собственное понимание, умения и деятельность в области изучения преподавателю и коллегам своего уровня.	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения	Студент демонстрирует навыки и опыт в области изучения
Оценка по дисциплине		Отл.	Хор.	Удовл.	Неуд.

* Конкретные знания, умения и навыки в области изучения определяются в рабочей программе дисциплины п. 1.4