

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 <small>(индекс дисциплины)</small>	Рекламные технологии в промышленном дизайне <small>(Наименование дисциплины)</small>
--	--

Кафедра: **33** Дизайна и медиатехнологий
Код (Наименование кафедры)

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Промышленный дизайн

Уровень образования: бакалавриат

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144		
	Аудиторные занятия	26		
	Лекции	13		
	Лабораторные занятия	0		
	Практические занятия	13		
	Самостоятельная работа	118		
	Промежуточная аттестация			
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет	8		
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		4		

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Очная								4		
Очно-заочная										
Заочная										

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным
государственным образовательным стандартом высшего образования
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

На основании учебных планов № б540301-12_20

Кафедра-разработчик: Дизайна и медиатехнологий

Заведующий кафедрой: Ильина О.В.

СОГЛАСОВАНИЕ:

Выпускающая кафедра: Дизайна и медиатехнологий

Заведующий кафедрой: Ильина О.В.

Методический отдел: Смирнова В.Г.

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая Обязательная Дополнительно является факультативом
 Вариативная По выбору

1.2. Цель дисциплины

освоение комплекса знаний в области дизайна и рекламных технологий; формирование общекультурных компетенций

1.3. Задачи дисциплины

- изучение развития рекламы как культурно-исторического феномена;
- изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции;
- является профессиональное использование приобретенных знаний в практической деятельности дизайнера

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ОПК-6	- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	2
Планируемые результаты обучения Знать: 1) принципы разработки проектной идеи графического дизайна, основанной на концептуальном, творческом подходе. Уметь: 1) обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, Владеть: 1) Современными информационно- коммуникационными технологиями для создания графических образов и компьютерного моделирования.		
ПК- 2	-способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	2
Планируемые результаты обучения Знать: 1) принципы разработки проектной идеи основанной на концептуальном, творческом подходе. Уметь: 1) обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, Владеть: 1) Современными информационными технологиями для создания графических образов, проектной документации, компьютерного моделирования.		
ПК- 4	-способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта	2

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
Планируемые результаты обучения		
Знать: 1) Набор возможных решений задач или подходов к выполнению дизайн-проекта.		
Уметь: 1) Составлять проектную документацию на комплексные дизайн-проекты, изделия и системы		
Владеть: 1) Методами современных информационных технологий выполнении дизайн-проекта.		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Информатика, Прикладная математика, Компьютерные технологии (ОПК-6)
- Деловые коммуникации в промышленном дизайне (ОПК-6, ПК-2))
- Дизайн-логика (ОПК-6,ПК-2)
- Современные дизайнерские проекты в музеях мира (ПК-2)
- Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в т.ч. первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) (ПК-2;ПК-4)
- Проектирование в промышленном дизайне (ПК-4)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания			
Тема 1. Понятие рекламы, классификация рекламы. Основные принципы классификации рекламных средств. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Витринная реклама. Синтетические виды рекламы: кино-, радио- и телереклама. Печатная реклама. Газетная реклама. Реклама в журналах. Другие виды рекламы. Работа дизайнера с текстом печатной рекламы. Заголовки. Выделенный текст. Основной текст. Особенности дизайна печатной рекламы. Стили макета. Разработка макетов. Принципы дизайна печатной рекламы. Производство печатной рекламы. Шрифтовое оформление. Художественное оформление. Воспроизведение в цвете. Особенности процесса передачи целевой аудитории информации о продукте (брендинг, реклама, PR). Понятия ATL (Above the Line) BTL (Below the Line). Основные виды прямой и непрямой рекламы. Структура и особенности рекламного рынка. Структура, функции и цели рекламных агентств. Виды рекламных агентств. Место рекламных агентств на рынке то-варов и услуг.	20		
Тема 2. Язык рекламы. Художественные средства изобразительной рекламы. Пропорции. Симметрия и асимметрия. Масштаб, динамика, статика. Типы композиций. Цветовая гармония. Уровни восприятия цвета. Индивидуальные уровни цветового восприятия. Эмоционально-пространственные свойства цвета. Роль социокультурных факто-ров в оценке цвета. Важность грамотной организации выставочного стенда. Рекламный текст. Речевое воздействие в рекламе.	18		
Текущий контроль 1 опрос	1		
Учебный модуль 2. Семиотика и стилистика рекламы. Рекламные коммуникации.			
Тема 3. Семиотика и стилистика рекламы Возрастные психологические особенности потребителей. Мотив, желание, активность потребителей и их значение для рекламы. Основные типы восприятия рекламы. Межличностное восприятие и его роль в создании	16		

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
рекламы. Психологическая и социальная эффективность рекламы, методы ее определения. Исследования в рекламе.			
Тема 4. Рекламные коммуникации. Структура языка. Антонимы, синонимы, омонимы, неологизмы в рекламе. Рифма. Ономастика в рекламе. Ономастическое поле. Ядро ономастического поля. Создание оригинальных неймов. Приемы логического воздействия: «ad rem», приемы психологического воздействия: «ad hominem», «ad populum». Фонема и лексема как элементарные единицы языка в филологии.	30		
Текущий контроль 2 опрос	1		
Учебный модуль 3. Проектирование и технологии производства рекламного продукта			
Тема 5. Проектирование рекламной компании. Ткань как материал для мобильного стенда. Светодиодные и плазменные видеоэкраны и TV-панели. Динамическое архитектурное освещение. Гибкий световой шнур «Дюралайт». «Белтайт» (гирлянда с цветными лампочками). Осветительная система «Клиплайт». «Плейлайт» (световой дождь). Электролюминисцентные изделия. Технология Luminex. Синтетические материалы для мобильных стендов. Оптическое волокно. Голограмма. Металлы. Пластики. Акриловый пластик. Интерактивные проекции Eyelik. Мультипликация в рекламе.	24		
Тема 6. Производство рекламного продукта Тамга и клеймопрообразы товарного знака. Роль клеймения продукции в условиях ремесленного производства. Использование клейм в фабрично-заводской промышленности. Влияние средневековых ремесленных вывесок на развитие торговых марок. Основные компоненты фирменного стиля. Товарный знак как центральный элемент фирменного стиля. Образование товарных знаков. Требования, предъявляемые к товарным знакам. Значение истории бренда. Как она создается? Легенды в истории бренда. Формирование капитала бренда. Осведомленность о бренде. Воспринимаемое качество бренда. Лояльность к бренду. Ассоциации с брендом. Понимание термина «идентичность бренда». Что такое идентичность бренда? Ловушки идентичности бренда. Некоторые аспекты идентичности бренда. Четыре главные. Структура идентичности бренда. Предложение ценности брендом. Обеспечение доверия потребителей. Технологии «Уникального торгового предложения», технология позиционирования в рекламе.	24		
Текущий контроль 3. опрос	4		
Промежуточная аттестация по дисциплине (зачёт)	6		
ВСЕГО:	144		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	8	2				
2	8	2				
3	8	2				
4	8	2				
5	8	2				
6	8	3				
ВСЕГО:		13				

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
4	Рекламные коммуникации. Практическое	8	4				
5	Производство рекламного продукта. Практическое	8	4				
6	Рекламные коммуникационные технологии. Практическое	8	5				
ВСЕГО:			13				

3.3. Лабораторные занятия

не предусмотрено

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

не предусмотрено

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1,2,3	Опрос	8	3				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	8	51				
Подготовка к практическим занятиям	8	51				
Подготовка к зачету	8	6				
ВСЕГО:		118				

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

не предусмотрено

7.2. Система оценивания успеваемости и достижений обучающихся для промежуточной аттестации

традиционная

балльно-рейтинговая

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1) Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 239 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/52069>

2) Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ 3) Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 296 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/35310>

б) дополнительная учебная литература

- 1) Антипов К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Антипов К.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 326 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/14075>
- 2) Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 538 с IPRbooks - <http://www.iprbookshop.ru/10948>

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

не предусмотрено

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gost.ru/wps/portal/>, Портал Росстандарта по стандартизации [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/>, Русский музей [Электронный ресурс]. URL: <http://rusmuseum.ru/>, пр.);
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

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

1. Microsoft Windows 8.1
2. Microsoft Office Professional 2013.
3. AutoCAD Design
4. CorelDraw Graphics Suite X7.

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Специально оборудованная мультимедийная аудитория, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет».

8.6. Иные сведения и (или) материалы

не предусмотрено

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	<p>Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, иллюстрируемое конкретными примерами, широко используется зарубежный и отечественный опыт по соответствующей тематике.</p> <p>Освоение лекционного материала обучающимся предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проработка рабочей программы в соответствии с целями и задачами, структурой и содержанием дисциплины; • конспект лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы и формулировки; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. • проверка терминов, понятий: осуществлять с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; • работа с теоретическим материалом (конспектирование источников): найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе. <p>Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии</p>
Практические занятия	<p>На практических занятиях разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды</p>

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
	работ: <ul style="list-style-type: none"> • работа с конспектом лекций; • просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом
Самостоятельная работа	<p>Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации; а также подготовки к зачету. Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>При подготовке к зачету необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания, проработать конспекты лекций и практических занятий. Получить консультацию у преподавателя</p>

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции (этап освоения)	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ОПК- 6 (2)	1. Грамотно излагает основные принципы разработки графического дизайна и способов полиграфической печати 2. Демонстрирует умение использовать современные информационно-коммуникационные технологии для создания графических образов и компьютерного моделирования 3. Использует теоретические знания при обосновывают предложения и разработке проектной идеи	Устное собеседование, Проектное задание (графическая работа)	Вопросы к зачету (26шт) Перечень тем практических Заданий (7шт)
ПК- 2 (2)	1. Грамотно излагает основные принципы разработки проектной идеи основанной на концептуальном, творческом подходе. 2. Демонстрирует умение обосновывать свои предложения при разработке проектной идеи. 3. Использует теоретические знания современными информационными технологиями для создания графических образов, проектной документации, компьютерного моделирования.	Вопросы для устного собеседования Практическое задание	Вопросы к зачету (26шт) Перечень тем практических Заданий (7шт)
ПК- 4 (2)	1. Грамотно излагает набор возможных решений задач или подходов к выполнению дизайн-проекта. 2. Демонстрирует умение составлять проектную документацию на комплексные дизайн - проекты, изделия и системы. 3. Использует теоретические знания методами современных информационных технологий при выполнении дизайн - проекта.	Вопросы для устного собеседования Практическое задание	Вопросы к зачету (26 шт) Перечень тем практических Заданий (7шт)

10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Критерии оценивания сформированности компетенций

Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование Практическое задание
Зачтено	Продемонстрировано владения рекламными технологиями ,выполнению и оформлению документации. Ответы на вопросы полные, демонстрирующие хорошее знание предмета.
Не зачтено	Слабое владение методами рекламных технологий, составления документации. Ответ дан не верно, с принципиальными ошибками.

10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Виды рекламных роликов. Сценарий рекламного ролика	1
2	Постпродакшн. Основные инстинкты в ролике	1
3	Механизмы воздействия и убеждения в рекламном ролике	1
4	Нэйро-лингвистическое программирование	1
5	Реклама, стимулирование сбыта и стратегический маркетинг	1
6	Правовое регулирование рекламной компании	2
7	Типы целевых аудиторий	2
8	Разработка концепции	2
9	Стратегия и творчество	2
10	Управление творческим процессом	2
11	Виды обращений на основе творческой стратегии	2
12	Составляющие творческой стратегии	3
13	Метод I-G-I	3
14	Приемы создания осведомленности о марке	3
15	Технологии формирования отношения к марке	3
16	Принятие и модель обработки информации как основа формирования отношения при высокой вовлеченности целевой аудитории	3
17	Технологии достижения высокововлеченного отношения	3
18	Деятельность рекламного агентства – анонимный бизнес	4
19	Классификация рекламных агентств	4
20	Системный подход. Три вида взаимоотношений рекламодателя и рекламного агентства	4
21	Фрилансерство	5
22	Эффективность и конкурентоспособность рекламного бизнеса	5
23	Бриф. Работа дизайнера с брифом	5
24	Модель жизненного цикла рекламы	6
25	Концепция представления товара	6
26	Реализация идентичности бренда	6

10.2.2. Вариант типовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Условия типовых заданий
-------	-------------------------

1	Проектирование образа рекламы (работа над вербальной частью образа)
2	Проектирование образа рекламы (работа над визуальной частью образа)

10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче зачета и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная*

10.3.3. Особенности проведения зачета

Приветствуется креативный подход к решению поставленных на зачёте вопросов
Время на подготовку ответа - 15 минут.