

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление и направленность (профиль)
54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Рекламные технологии в цифровой среде» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (утв. приказом Минобрнауки России от 13.08.2020г. №1015) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Вознесенская Т.В.

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 12.05.2026 , протокол №

8

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Суржик Е.В.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575470942
Номер транзакции	000000000100403D
Владелец	Суржик Е.В.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения учебной дисциплины является изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна объектов рекламной продукции, понимание процессов в продвижении рекламы среди целевых групп и ее роль в экономике.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)	ПКВ-3 : Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации	ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	РД1	Знание	ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль
			РД2	Навык	Представляет концепцию и оформляет демонстрационный материал, в том числе презентации и видеоматериалы;
			РД3	Умение	Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации;

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Коллективизм Гражданственность Историческая память и преемственность поколений Единство народов России	Жизнелюбие Доброжелательность и открытость Осознание себя членом общества Активная жизненная позиция Лидерство Любовь к родному языку
Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание чувства долга и ответственности перед семьей и обществом	Историческая память и преемственность поколений Высокие нравственные идеалы Взаимопомощь и взаимоуважение	Толерантность и терпимость Доброжелательность и открытость Осознание себя членом общества Активная жизненная позиция

Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Гуманизм Приоритет духовного над материальным Высокие нравственные идеалы Созидательный труд	Настойчивость и упорство в достижении цели Гибкость мышления Креативное мышление Способность находить, анализировать и структурировать информацию Гуманность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Развитие умения эффективно общаться и сотрудничать	Патриотизм Коллективизм Крепкая семья Права и свободы человека Взаимопомощь и взаимоуважение	Внимательность к деталям Любознательность Доброжелательность и открытость Коммуникабельность Активная жизненная позиция Самостоятельность

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущих уровнях образования. Уверенный уровень владения графическими редакторами для WEB-контента, знание шрифтовой графики, умение обрабатывать информацию. Владение компьютером в области работы с текстами и компьютерной графикой

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
54.03.01 Дизайн	ОФО	Б1.ДВ.Б	3	3	55	18	36	0	1	0	53	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Терминология рекламной деятельности. Основные понятия целевой группы и инструментария взаимодействия с потребителем рекламы	РД1	6	12	0	12	практическое задание №1, аттестация
2	Взаимодействие рекламы с ЦА	РД2	6	12	0	24	практическое задание №2, аттестация
3	Технические средства создания рекламы. Требования к рекламной продукции	РД3	6	12	0	17	практическое задание №2, тест, экзамен
Итого по таблице			18	36	0	53	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Терминология рекламной деятельности. Основные понятия целевой группы и инструментария взаимодействия с потребителем рекламы.

Содержание темы: Предмет изучения дисциплины. Виды рекламы. Целевая группа. Место рекламы в современном рынке.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия, СЭО.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: СРС.

Тема 2 Взаимодействие рекламы с ЦА.

Содержание темы: Психологические особенности восприятия рекламной продукции человеком. Техники подачи информации для ЦА, способы взаимодействия и манипуляции. Закон о рекламе.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия, СЭО.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: СРС.

Тема 3 Технические средства создания рекламы. Требования к рекламной продукции.

Содержание темы: Виды цифровой рекламы. Форматы рабочих макетов. Композиция построение рекламного продукта. Технические требования к макетам для разных электронных носителей.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекции, практические занятия, экзамен.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: СРС.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

1 Практическая работа 1

Создание рекламного продукта. Эскизирование. Модульная сетка, подбор материала. Обработка изображений. Верстка.

Тест 1. Терминология рекламы. Виды рекламы

Тест 2. Ответы на теоретические вопросы о современных технологиях создания макетов, эргономики, типографии и знание ГОСТов.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Рекламный менеджмент : учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 352 с. - ISBN 978-5-905554-07-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142266> (дата обращения: 31.05.2026)

2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / под ред. Л. М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2025. — 176 с. - ISBN 978-5-9776-0583-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2192953> (дата обращения: 31.05.2026)

3. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536261> (дата обращения: 12.03.2025).

7.2 Дополнительная литература

1. Баланов, А. Н. Игровой дизайн и графика : учебное пособие / А. Н. Баланов. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2025. – 264 с. – ISBN 978-5-9729-2661-9. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2225329> (дата обращения: 31.05.2026)
2. Давыдкина, И. Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления : монография / И.Б. Давыдкина. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 126 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_591eb2f84f8ff2.30320664. - ISBN 978-5-16-012943-3. — Текст : электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1937187> (дата обращения: 31.05.2026)
3. Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Открытая наука). — ISBN 978-5-534-11845-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540181> (дата обращения: 12.04.2024).
4. Захарова, Л. Л. Реклама и PR в профессиональной деятельности : методические указания / Л. Л. Захарова. — Москва : ТУСУР, 2023. — 16 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/394178> (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Интернет-реклама и PR : методические указания указаниям практическим занятиям / сост. М. С. Круглова. - Москва : Флинта, 2021. - 42 с. - ISBN 978-5-9765-4759-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1851999> (Дата обращения - 05.09.2025)
6. Ющенко, О. В. Графика и реклама в индустрии моды : учебное пособие / О. В. Ющенко, М. Р. Тимофеева. — Омск : ОмГТУ, 2023. — 268 с. — ISBN 978-5-8149-3676-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/421508> (дата обращения: 25.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prilib.ru/>
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор
- Графическая станция Desten eXtreme 1024Q Монитор Acer P193 WAW
- Графическая станция Desten eXtreme 1024Q Монитор Acer P193 WAW

- Компьютер WSU5/270.64/4GB(сист
- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный комплект №1 (Проектор Sanyo PLC-XD2600 потол. крепл.SMS CL F500, к/м Kramer WX-1N,коннектор VGA,экран Draper Star 178*178, зап. лампа
- Мультимедийный проектор CASIO (Япония)
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Уст-во бесп.пит.SmartUPS 3000

Программное обеспечение:

- After Effects
- Adobe Illustrator CS 6.0 Russian
- Adobe InDesign CS 6.0 Russia
- Adobe Photoshop CS6.0 Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Направление и направленность (профиль)
54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2026

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции и	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)	ПКВ-3 : Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации	ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-3 «Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	РД 1	Знание	ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	Самостоятельно определяет и сходных данные и методы решения поставленных задач
	РД 2	Навык	Представляет концепцию и оформляет демонстрационный материал, в том числе презентации и видеоматериалы;	Самостоятельно определяет и сходных данные и методы решения поставленных задач
	РД 3	Умение	Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации;	Корректность выбора инструментария при проведении самостоятельного исследования в аспекте создаваемого дизайна проекта

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация

Очная форма обучения				
РД1	Знание : ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	1.1. Терминология рекламной деятельности. Основные понятия целевой группы и инструментария взаимодействия с потребителем рекламы	Практическая работа	Тест
			Тест	Тест
РД2	Навык : Представляет концепцию и оформляет демонстрационный материал, в том числе презентации и видеоматериалы ;	1.2. Взаимодействие рекламы с ЦА	Практическая работа	Практическая работа
			Практическая работа	Презентация (публичное выступление)
			Практическая работа	Тест
			Презентация (мультимедийная)	Практическая работа
			Презентация (мультимедийная)	Презентация (публичное выступление)
			Презентация (мультимедийная)	Тест
РД3	Умение : Способен проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации;	1.3. Технические средства создания рекламы. Требования к рекламной продукции	Практическая работа	Тест
			Практическая работа	ЭОС Moodle
			Презентация (мультимедийная)	Тест
			Презентация (мультимедийная)	ЭОС Moodle
			Презентация (публичное выступление)	Тест
			Презентация (публичное выступление)	ЭОС Moodle

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Умеет собирать и анализировать необходимую информацию, используя Интернет и электронные базы данных. Свободно оперирует при

		бренными знаниями, выполняя творческие задания, предусмотренные программой. Умеет выполнять чертежи по правилам проектной графики. Оформляет творческие задания на высоком уровне.					
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на хорошем уровне, обнаруживает знания учебного материала, усвоил основную литературу, умеет собирать и анализировать необходимую информацию, используя Интернет и электронные базы данных. Выполняет творческие задания, допуская незначительные ошибки и неточности. Умеет выполнять чертежи по правилам проектной графики. Оформляет творческие задания на хорошем уровне.					
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями, в ходе выполнения творческих заданий допускает значительные ошибки. Выполняет чертежи, допуская ошибки, выявляет слабые знания проектной графики. Компонировка демонстрационного планшета не в полном объеме, на удовлетворительном уровне.					
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Выполняя творческие задания не в полном объеме, оформляя чертежи и демонстрационный планшет, испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями.					
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Не выполняет творческие задания.					
Вид учебной деятельности	Графическая работа 1						
		Тест 1	Тест 2	Тест 3	Тест 4	Защита работы	Итого
Практическая работа	50						50
Промежуточная аттестация		10	10	10	10	10	50
Итого							100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Итоговый тест

Что считают рекламой в Интернете?

Что из себя представляет маркировка интернет-рекламы?

Баннеры не являются рекламой, а являются информационными сообщениями?

Социальные ролики считаются рекламой?

Как измерять конверсии и эффективность трафика?

Какой канал коммуникации является одним из наиболее распространенных для рекламы?

Какой фактор является ключевым при разработке успешной рекламной кампании?

Как называется реклама, которая распространяется через электронные письма?

Какая стратегия рекламы направлена на увеличение узнаваемости бренда?

Как называется вид рекламы, в котором бренд или продукт упоминается или показывается в рамках теле- или киносюжета?

Какой фактор может оказать влияние на эффективность рекламной кампании?

Краткие методические указания

Использовать для подготовки материалы лекций и электронные носители информации

Шкала оценки

40 баллов