

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Направление и направленность (профиль)

54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП
2020

Форма обучения
очная

Владивосток 2020

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Дизайн и рекламные технологии» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению(ям) подготовки 54.03.01 Дизайн (утв. приказом Минобрнауки России от 11.08.2016г. №1004) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N301).

Составитель(и):

*Вознесенская Т.В., доцент, Кафедра дизайна и технологий,
Tatyana.Voznesenskaya@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 24.03.2020 , протокол №

11

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	0000000004A45B8
Владелец	Клочко И.Л.

Заведующий кафедрой (выпускающей)

Клочко И.Л.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	0000000004A45B9
Владелец	Клочко И.Л.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения учебной дисциплины является изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины (модуля), приведен в таблице 1.

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

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)	ПК-7	Способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале	Знания:	способы создания объемно-пространственной и динамически-изменяемой формы объектов дизайна.
			Умения:	разрабатывать объемно-пространственную, динамически-изменяемую формы объектов дизайна на уровне макета
			Навыки:	приемами макетирования и моделирования формы и пространства объектов дизайна в материале.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущих уровнях образования. Для успешного освоения требуется знание программ двумерной графики и обработки фотоизображений.

Входными требованиями, необходимыми для освоения дисциплины, является наличие у обучающихся компетенций, сформированных при изучении дисциплин и/или прохождении практик «История дизайна, науки и техники», «Компьютерная 2D графика модуль 1», «Компьютерные технологии в графическом дизайне», «Макетирование в дизайне среды модуль 1», «Основы шрифта и технологии графики». На данную дисциплину опираются «Проектирование в цифровой среде модуль 5», «Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Производственная преддипломная практика», «Рекламные технологии в цифровой среде».

4. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины 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 обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес- тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
54.03.01 Дизайн	ОФО	Бл1.ДВ.И	7	3	35	17	17	0	1	0	73	Э

5. Структура и содержание дисциплины (модуля)

5.1 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	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
		Лек	Прак	Лаб	СРС	
1	1 Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайн-продукции.	8	8	0	30	A1, A2
2	Виды современной рекламы. Производственная и потребительская реклама. Торговая реклама. Экспозиционные выставки. Городская реклама и навигация. Материалы и технологии изготовления	2	2	0	20	A1, A2, ПР, СРС
3	Тема 3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. Виды рекламы в интернете. Таргетированная реклама и новые цифровые технологии. Роль социальных сетей в рекламном бизнесе.	7	7	0	23	A1, A2, ПР, СРС, Э
Итого по таблице		17	17	0	73	

5.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 1 Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайн-продукции.

Содержание темы: Общее понятие о шрифтовой графике. Цель, задачи курса. Печатная реклама и ее элементы. Заголовки. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Оценки. Эмоциональность

и субъективность восприятия. Контекст. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по пройденному материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 2 Виды современной рекламы. Производственная и потребительская реклама. Торговая реклама. Экспозиционные выставки. Городская реклама и навигация. Материалы и технологии изготовления.

Содержание темы: Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции. Виды рекламной продукции в торговых точках. Торговая реклама. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по пройденному материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

Тема 3 Тема 3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. Виды рекламы в интернете. Таргетированная реклама и новые цифровые технологии. Роль социальных сетей в рекламном бизнесе.

Содержание темы: Интернет-реклама. Таргетированная реклама. Виды интернет-рекламы. Ресурсы интернет-рекламы. Принципы распространения и работы с потребителем. UX-дизайн. Учет сформированных устойчивых моделей поведения потребителя. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по всему материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

6. Методические указания по организации изучения дисциплины (модуля)

Творчество – дело тонкое и индивидуальное. Здесь невозможен единый чётко прописанный алгоритм движения к результату. Преподаватель, во-первых, должен создать обстановку безусловного доверия со стороны студента. Он должен поощрять все успешные шаги студента в поисках решений и, что особенно важно, любое самостоятельное творческое усилие. Чтобы разрешить затруднения, возникающие у студента в процессе работы, преподаватель должен гибко и быстро отыскать суть проблемы, показать наглядно и образно пути выхода из затруднений. Требуется дифференцировать и индивидуализировать методы работы применительно к каждому конкретному студенту. Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

При реализации основной образовательной программы используются технологии электронного обучения, основанные на сочетании очных занятий и целенаправленной и контролируемой самостоятельной работы обучающихся с размещаемыми в электронной образовательной среде Moodle электронными учебными курсами и иными электронными образовательными ресурсами.

Электронное обучение используется также при проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.

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.

7. 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 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.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Дымова С. С., Матюшкин В. С., Филин В. Ю. Введение в рекламу и PR : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Институт Бизнеса и Дизайна , 2019 - 130 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572919

2. Ткаченко О.Н., Дмитриева Л.М. Дизайн и рекламные технологии : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2019 - 176 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=330335>

8.2 Дополнительная литература

1. Безрукова Е. А., Мхитарян Г. Ю. ; под науч. ред. Елисеенков. ШРИФТЫ: ШРИФТОВАЯ ГРАФИКА 2-е изд. Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] : М.:Издательство Юрайт , 2019 - 116 - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/shrifty-shriftovaya-grafika-444536>

2. Веселова Ю.В., Семенов О.Г. Графический дизайн рекламы. Плакат : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Новосибирский государственный технический университет , 2012 - 104 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=142849>

3. Дымова С. С., Матюшкин В. С., Филин В. Ю. Введение в рекламу и PR : Учебники и учебные пособия для вузов [Электронный ресурс] - Москва : Институт Бизнеса и Дизайна , 2019 - 130 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572919

4. Мазилкина Е. И., Паничкина Г. Г., Ольхова Л. А. Основы рекламы : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Альфа-М , 2019 - 240 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=354821>

5. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе : Учебники и учебные пособия для ВУЗов [Электронный ресурс] - Москва : Юнити , 2015 - 239 - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010

6. Основы рекламы : практикум. Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Профили подготовки: «Реклама в системе массовых коммуникаций»,

«PR в государственных и бизнес-структурах». Бакалавриат [Электронный ресурс] , 2015 - 122 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/578823>

7. Сценическая речь: учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] , 2014 - 76 - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/efd/291656>

8. Ткаченко О. Н., Дмитриева Л. М. Дизайн и рекламные технологии : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2015 - 176 - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=129803>

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

1. Система контекстной рекламы Google Adwords (<https://www.adwords.google.com>)

2. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>

3. Электронная библиотечная система «РУКОНТ» - Режим доступа: <https://lib.rucont.ru/>

4. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>

5. Электронно-библиотечная система издательства "Юрайт" - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>

6. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

7. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

Основное оборудование:

Программное обеспечение:

- Adobe Illustrator CS5 Russian
- Adobe Photoshop CS5
- CorelDRAW Graphics Suite

10. Словарь основных терминов

Автотипия - способ воспроизведения полутоновых оригиналов путем преобразования полутонового изображения в растровое (микроштриховое) при помощи полиграфических растров или специальных компьютерных программ

Аддитивный синтез цвета - воспроизведение цвета в результате оптического смешения в пространстве излучений базовых цветов (красного, зеленого и синего - R, G, B). Используется при создании цветных изображений на экране электронных устройств (телевидение, мониторы компьютеров издательских систем), возникает на отдельных участках оттиска (в светах изображения, где наложения друг на друга разноцветных растровых элементов вследствие их малых размеров менее вероятны) при автотипном синтезе цвета.

Апрош -

(апрош; от [фр. *approche*](#) — сближение) — расстояние между соседними буквами или другими шрифтовыми знаками.

Атлас цветов -

систематизированный комплект (набор) разнообразных образцов - цветных эталонов. Предназначен для определения (спецификации, анализа) оттенков цвета предметов посредством визуального сравнения их цвета с эталонными из атласа цветов в условиях одинакового освещения. Оценка цвета и оттенка предмета сводится к подбору в атласе близкого к нему образца. Атлас используется при цветовой коррекции и при выборе смесевой (нетриадной) печатной краски для обложки, форзаца, рекламных изданий! при их подготовке к печати. В России используются атласы цветов Pantone и «Радуга».

Ахроматический цвет -

цвет, воспринимаемый как серый (от белого до черного) с отсутствием цветовых оттенков.

Боргес - название шрифта кеглем 9 пунктов.

Бриллиант -

название самого мелкого полиграфического шрифта кеглем 3 пункта. Используется при наборе текста крайне редко

Бумага -

материал в виде тонкого слоя (до 400 мк), состоящий из предварительно размолотых растительных или синтетических волокон, беспорядочно переплетенных и связанных между собой водородными связями и проклеивающим веществом. Формование бумаги производится методом осаждения на непрерывно движущейся сетке бумагоделательной машины из разбавленной до 90% водой волокнистой суспензии. При формировании бумаги образуются лицевая и сеточная стороны, которые могут отличаться по своим свойствам.

Вёрстка -

- 1) процесс формирования полосы издания;
- 2) оттиск, направляемый на корректуру.

Вкладка (вставка) -

элемент издания или реклама, вложенная в издание, приклеенная к одной из тетрадей или к обложке, упакованная вместе с изданием в пластиковую упаковку и т. п. Примером вкладки может служить буклет, вложенный свободно в журнал (свободная вкладка), пакетик, например, с кремом, кофе или другим рекламируемым продуктом, приклеенный или свободно вставленный, компакт-диск (CD), брошюра, географическая карта и пр.

Гарнитура -

комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка очка. Гарнитуры шрифтов имеют определенные названия.

Градация серого -

различные ступени серого: от белого до насыщенного черного цвета.

Группы шрифтов -

множество шрифтов, существующих отдельно и объединенных общим признаком. В полиграфии все шрифты делятся в зависимости от их графических признаков (контраста между основными и соединительными штрихами, наличия и формы засечек) на пять основных групп и одну дополнительную без твердого закрепления номера за группой, а именно:

шрифты с умеренным контрастом между основными и соединительными штрихами; засечки короткие, по форме напоминающие треугольник;

шрифты с резко выраженным контрастом между основными и соединительными штрихами; засечки длинные, тонкие;

шрифты с малым контрастом между основными и соединительными штрихами; засечки имеют почти прямоугольную форму;

шрифты с почти полным отсутствием контраста между основными и соединительными штрихами; засечки прямоугольные;

шрифты с почти полным отсутствием контраста между основными и соединительными штрихами и без засечек;

(дополнительная группа) шрифты имитационные (рукописные, машинописные и пр.) и такие, которые не могут быть отнесены к какой-либо основной группе.

Внутри каждой группы шрифты, одинаковые по характеру рисунка, но разные по начертаниям, объединяются в гарнитур, имеющие собственные названия, например, Академическая, Литературная. Шрифты одной и той же гарнитуры делятся на следующие группы:

шрифты прямого и курсивного (наклонного) начертания, в зависимости от постановки очка;

шрифты нормального, узкого и широкого начертания, в зависимости от ширины очка;

шрифты светлого, полужирного и жирного начертания, в зависимости от насыщенности очка.

К группе рубленых шрифтов относятся шрифты, имеющие равное отношение основных и соединительных штрихов без засечек. Группа обыкновенных шрифтов имеет контрастное отношение штрихов, засечки завершают основные штрихи под прямым углом или с легким сопряжением. Характерная особенность так называемых новых малоконтрастных шрифтов - длинные подсечки, которые соединяются с основными штрихами с легким закруглением. К дополнительной группе отнесены все шрифты, которые по рисунку сильно отличаются от шрифтов указанных групп и не могут быть отнесены к той или иной группе шрифтов, приведенных выше.

Диакритический знак -

(от греч. diakritikos — различительный) — лингвистический знак при букве, указывающий на то, что она читается иначе, чем без него. Ставится над буквой, ниже буквы или пересекая ее. Исключение составляет буква "i". В современном русском языке диакритическим знаком являются две точки над "е" — "ё". Знак "с" в чешском языке передает звук [ч]. В белорусском языке "ў" передает "у" неслоговое. С древнейших времен в еврейском и арабском письме диакритические знаки использовались для обозначения гласных.

Диамант -

название шрифта кеглем 4 пункта.

Дукт -

(от лат. *ductare* — "вести, водить") — в искусстве рисованного шрифта — последовательность выполнения и направление начертания основных и дополнительных штрихов

Засечка (сериф) -

поперечный элемент на конце основного штриха буквы (знака). Засечка может иметь форму треугольника, трапеции или линии различной толщины

Иератическое письмо -

форма письменности, развившаяся из иероглифов. Иератика (от греческого *Hieroatics*, «жреческий») была изобретена как ускоренная форма письма для нерелигиозных документов. Позднее, во времена Нового царства, иератическое письмо стало использоваться и для религиозных текстов.

Иллюстрация -

дополнительное наглядное изображение (репродукция, рисунок, фотография, схема, чертеж и пр.). Иллюстрация поясняет, украшает или дополняет основную текстовую информацию издания.