

Министерство просвещения Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра дизайна интерьера

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.02.01 «ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ В ДИЗАЙНЕ»**

Направление подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по
отраслям)

Профиль программы «Дизайн (по элективным модулям*)»

Автор(ы): доцент, доцент Н.В. Буткевич

Одобрена на заседании кафедры дизайна интерьера. Протокол от «10» января 2022 г.
№6.

Рекомендована к использованию в образовательной деятельности научно-
методической комиссией института ГСЭО РГППУ. Протокол от «13» января 2022 г.
№5.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины «Основы рекламы в дизайне»: формирование у студентов умений и навыков инструментального использования подходов, методов, средств и технологий в процессе проектного формирования рекламного дизайн-контента, и воплощения его в материале в рамках рекламных методик и технологий; получение наглядного представления о специфике этого вида деятельности.

Задачи:

- способствовать развитию способности к инструментальному использованию подходов, методов, средств и технологий в процессах проектного формирования дизайн-контента, а также воплощения в материале.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Основы рекламы в дизайне» относится к дисциплинам по выбору учебного плана.

Для изучения учебной дисциплины необходимы знания, умения и владения, формируемые следующими дисциплинами:

1. Основы проектирования.

Перечень учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и владения, формируемые данной учебной дисциплиной:

1. Актуальные практики в дизайне.
2. Сценарное моделирование.
3. Макетирование арт-объектов.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- ПКС-3 Способен к инструментальному использованию подходов, методов, средств и технологий в процессах проектного формирования дизайн-контента, а также требуемого его воплощения в материале.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

31. Основные инструментальные подходы, методы, средства, технологии и алгоритмы, необходимые для решения проектно-визуальных задач.



Уметь:

У1. Использовать данные инструментальные комплексы в практических аспектах.

Владеть:

В1. Технологическим опытом применения проектно-дизайнерских инструментальных комплексов.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Объем дисциплины и виды контактной и самостоятельной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 час.), семестр изучения – 5, распределение по видам работ представлено в табл. № 1.

Таблица 1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ

Вид работы	Форма обучения
	очная
	Семестр изучения
	5 сем.
	Кол-во часов
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	108
Контактная работа, в том числе:	30
Лабораторные работы	30
Самостоятельная работа студента	78
Промежуточная аттестация, в том числе:	
Зачет	5 сем.

**Распределение трудоемкости по видам контактной работы для заочной формы обучения (при наличии) корректируется в соответствии с учебным планом заочной формы обучения.*



4.2 Содержание и тематическое планирование дисциплины

Таблица 2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины (модуля)	Сем.	Всего, час.	Вид контактной работы, час.			СРС
			Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	
1. Реклама как область графического дизайна	5	48	-	-	14	34
2. Классификация и основные элементы средств рекламы	5	60	-	-	16	44

**Распределение часов по разделам (темам) дисциплины для заочной формы обучения осуществляется научно-педагогическим работником, ведущим дисциплину.*

4.3 Содержание разделов (тем) дисциплин

Раздел 1. Реклама как область графического дизайна

Понятие конструирования рекламы. Основные проблемы.

Факторы развития графического дизайна (потребительские, культурно-символические, информационные). Функции графического дизайна (коммуникационная, знаковая, эстетическая, воспитательная).

Современные подходы к конструированию рекламы. Соотношение креатива и технологии при создании рекламного продукта.

Раздел 2. Классификация и основные элементы средств рекламы

Основные пластические характеристики рекламной формы. Понятие формы, пространства и времени в синтетической рекламе.

Художественные пластические средства гармонизации формы. Конструирование рекламы как позиционирование объекта, события, человека. Основные пластические характеристики рекламной формы.

Изобразительная статичная реклама. Типы композиций в статичной рекламе. Анализ рекламного продукта по законам композиции.

Разработка и презентация макета рекламного продукта.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для изучения дисциплины используются различные образовательные технологии:

1. Традиционные образовательные технологии, которые ориентируются на организацию образовательного процесса, предполагающую прямую трансляцию



знаний от преподавателя к студенту (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность студента носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер.

2. Для организации процесса обучения и самостоятельной работы используются информационно-коммуникационные образовательные технологии, представленные в виде педагогических программных средств и электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС). Технологии расширяют возможности образовательной среды, как разнообразными программными средствами, так и методами развития креативности обучаемых. К числу таких программных средств относятся моделирующие программы, поисковые, интеллектуальные обучающие, экспертные системы, программы для проведения деловых игр.

3. Технология «тренинг диагностического мышления» направлена на развитие и формирование у будущих специалистов системы общих и специфических умений, которые способствуют решению профессиональных задач проблемного типа. Структурирование диагностической информации разворачивается посредством трёх основных способов логического рассуждения: дедукции, индукции и трансдукции. Технологию применяется для проведения практических и семинарских занятий.

4. При реализации образовательной программы с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения:

- состав видов контактной работы по дисциплине (модулю), при необходимости, может быть откорректирован в направлении снижения доли занятий лекционного типа и соответствующего увеличения доли консультаций (групповых или индивидуальных) или иных видов контактной работы;

- информационной основой проведения учебных занятий, а также организации самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) являются представленные в электронном виде методические, оценочные и иные материалы, размещенные в электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета, в электронных библиотечных системах и открытых Интернет-ресурсах;

- взаимодействие обучающихся и педагогических работников осуществляется с применением ЭИОС университета и других информационно-коммуникационных технологий (видеоконференцсвязь, облачные технологии и сервисы, др.);

- соотношение контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю) может быть изменено в сторону увеличения последней, в том числе самостоятельного изучения теоретического материала.



6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1 Основная литература

1. Паранюшкин, Р.В. Композиция. Теория и практика изобразительного искусства: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Р.В. Паранюшкин. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, Планета музыки, 2020. — 100 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/133859>. — Загл. с экрана.
2. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель. - Саратов : Профобразование, 2019. - 271 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>
3. Социальная реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81676.html>. — ЭБС «IPRbooks»
4. Голуб О. Ю. Социальная реклама : учебное пособие. - Москва : Дашков и К, 2017. - 178 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57123>.
5. Марусева И.В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И.В. Марусева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 304 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/38999.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие. - Москва : Дашков и К, 2017. - 132 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57030>.

6.2 Дополнительная литература

1. Элам, Кимберли. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция [Текст] = Geometry of Design / Кимберли Элам. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 108 с.
2. Элам, Кимберли. Графический дизайн. Принцип сетки [Текст] = Grid Systems: Principles of Organizing Type (Design Briefs) / Кимберли Элам ; [пер. с англ. А. Литвинов]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 119 с.
3. Луптон, Эллен. Графический дизайн от идеи до воплощения = Graphic Design Thinking: beyond brainstorming / Эллен Луптон ; [пер. с англ. В. Иванов]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 184 с.
4. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учебное пособие для вузов [Гриф Национального исследовательского университета "МИЭТ"] / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин ; под ред. Л. Г. Гагариной. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2014. - 399 с.
5. Калмыкова, Н. В. Дизайн поверхности: композиция, пластика, графика, колористика [Текст] : учебное пособие для вузов / Н. В. Калмыкова, И. А. Максимова. - Москва : КДУ, 2010. - 153 с.



6. Жердев Е. В., Чепурова О. Б., Шлеюк С. Г., Мазурина Т. А. Формальная композиция. Творческий практикум по основам дизайна : учебное пособие. - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2014. - 255 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/33666>.

6.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

Программное обеспечение:

1. Операционная система Windows.
2. Офисная система Office Professional Plus.

Информационные системы и платформы:

1. Система дистанционного обучения «Moodle».
2. Информационная система «Таймлайн».
3. Платформа для организации и проведения вебинаров «Mirapolis Virtual Room».

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Перечень материально-технического обеспечения для реализации образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.
2. Помещения для самостоятельной работы.
3. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского (практического) типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.
4. Учебная аудитория современного искусства и колористики.

