

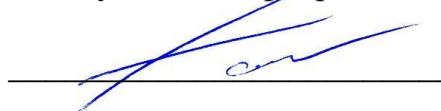
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт горного дела и строительства
Кафедра «Городского строительства, архитектуры и дизайна»

Утверждено на заседании кафедры
«ГСАиД»
«26» января 2022 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой ГСАиД

 К.А. Головин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «Дизайн и
рекламные технологии»**

**основной профессиональной образовательной программы высшего
образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем) **графический
дизайн**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 540301-01-22,

Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ рабочей программы дисциплины (модуля)**Разработчик(и):**

Морозова Л.А. доц., к.т.н., доц.

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)

(подпись)

1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является получение знаний, умений и владений в области современных рекламных технологий.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- Показать, что графический дизайн – основной инструмент рекламной деятельности;
- Обозначить роль рекламы в формировании общества и, наоборот, влияние общества на рекламу;
- Показать перспективные направления графического дизайна и рекламной деятельности в свете новых технологий.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 6 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- 1) основы рекламных технологий, профессиональную терминологию в области дизайна (код компетенции ПК-6, код индикатора ПК-6.1);

Уметь:

- 1) проводить презентации дизайн-проектов, разрабатывать творческую стратегию рекламы (код компетенции ПК-6, код индикатора ПК-6.2);

Владеть:

- 1) навыками применения современных рекламных технологий для разработки проектных идей, основанных на концептуальном и творческом подходе к решению дизайнерских задач, ориентированных на создание инновационной продукции, востребованной на мировом рынке (код компетенции ПК-6, код индикатора ПК-6.3);

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические семинарские занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
6	Э, КР	5	180	32	32			3	0,5	112,5
Итого	Э, КР	5	180	32	32			3	0,5	112,5

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
	<i>6 семестр</i>
1	Понятие и виды рекламы
2	Развитие рекламы и дизайна рекламы
3	Правовое регулирование рекламы
4	Средства распространения рекламы
5	Торговая марка и бренд
6	Творческая стратегия рекламы
7	Планирование рекламной деятельности
8	Формирование рекламного образа
9	Оценка эффективности рекламы
10	Творчество дизайнера в рекламе

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения*

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
<i>6 семестр</i>	
1	Понятие и виды рекламы
№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
2	Развитие рекламы и дизайна рекламы в России и за рубежом
3	Правовое регулирование рекламы
4	Средства распространения рекламы
5	Торговая марка и бренд
6	Творческая стратегия рекламы
7	Выбор ЦА. Позиционирование. Уникальное торговое предложение.
8	Формирование рекламного образа
9	Визуальные элементы рекламы
10	Творчество дизайнера в рекламе
11	Презентация дизайн-проекта и самопрезентация

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения*

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
<i>6 семестр</i>	
1	Работа с интернет ресурсами
2	Работа с литературными источниками

3	Курсовая работа Объем КР – не менее 20 стр. машинописного текста (шрифт Times New Roman 14, интервал – полуторный), графический материал, видеозаписи, представленные на DVD- дисках.
4	Подготовка видео презентации
5	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов
<i>6 семестр</i>			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Работа на практических (семинарских) занятиях	16
		Посещение лекционных занятий	8
		Посещение практических (семинарских) занятий	6
		Итого	30
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение практических (семинарских) занятий	4
		Работа на практических (семинарских) занятиях	8
		Посещение лекционных занятий	8
		Подготовка видео презентации	10
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Экзамен		40 (100*)
	Защита курсовой работы		100

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобальная система оценивания				
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория, оборудованная доской для написания мелом, а также компьютером, видеопроектором, настенным экраном, колонками (лекционные занятия, практические (семинарские) занятия), ПК с возможным подключением к локальным сетям и Интернету.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная 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» / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриева.

— Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>

2. Основы рекламы [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин. - 4- изд., испр. и доп. — Москва : КноРус, 2017. — 408 с. —

Для бакалавров. — ISBN 978-5-406-05892-3. — Режим доступа: <https://www.book.ru/view3/926744>, по паролю

3. Шайхутдинова, А. Р. Разработка и создание художественных изделий : учебное пособие / А. Р. Шайхутдинова, Р. Р. Сафин. - Москва : КНИТУ, 2016. - 100 с. - ISBN 978-5-7882-2110-6- Текст электронный // ЭБС «Консультант студента» : [сайт]. —

URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/> (дата обращения: 20.04.2017). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

- 4. Прозорова, Е. С. Современные проблемы дизайна : учебное пособие / Е. С. Прозорова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 69 с. — ISBN 978-5-7937-1546-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102676.html> (дата обращения: 20.04.2018). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- 5. Соболева, И. С. Прикладной дизайн. Дизайн-проектирование : учебное пособие / И. С. Соболева, Я. К. Чинцова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 с. — ISBN 978-5-7937-1527-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102462.html> (дата обращения: 20.04.2018). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102462>

Дополнительная литература

1. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама : самоучитель / В.Д.Курушин .— М. : ДМК Пресс, 2006 .— 272с. : ил. (5 экз.)
2. Морозова, И.Г. Рекламный креатив : в поисках ненавязчивой идеи : учебное пособие для вузов / И.Г.Морозова .— М. : Гелла-принт, 2003 .— 224с. (5 экз.)
3. Волкова, В. В. Дизайн рекламы : учебное пособие / В. В. Волкова .— М.: Университет : Феникс, 1999 .— 144 с. (12 экз.)
4. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама : Самоучитель / Курушин В.Д. — М. : ДМК Пресс, 2001 .— 272с. : ил. (5 экз.)
5. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — 978-5-9729-0217-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78249.html>
6. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63814.html>
7. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головкин. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — 978-5-238-01477-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83031.html>

8. Фил, Кливер Чему вас не научат в дизайн-школе [Электронный ресурс] / Кливер Фил ; пер. О. Перфильев. — Электрон. текстовые данные. — М. : РИПОЛ классик, 2015. — 224 с. — 978-5-386-08167-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70954.html>

9. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 303 с. — 978-5-4487-0267-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75951.html>

10. Основы рекламы: прикладные задачи и методы их решения [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Г. Попкова [и др.] ; под ред. Д.П. Фролова, Е.Г. Попковой. — Москва : КНОРУС, 2017. — 194 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-406-05901-2. - Режим доступа: <https://www.book.ru/view3/932136>, по паролю

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1 <http://kak.ru/magazine/>. - . журнал о графическом дизайне.
2. <http://www.magpack.ru/> - . журнал о графическом дизайне.
3. http://www.kursiv.ru/kursivnew/kursiv_magazine/index.php.- журнал предназначен для тех, кто профессионально занимается выпуском периодических и книжных изданий, а также производством любой печатной продукции, дизайнеров, специалистов компьютерных технологий
4. <https://znanium.com> – учебный сайт « Дизайн и рекламные технологии»

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Пакет программ Open Office;
2. Пакет программ «МойОфис».

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Компьютерная справочная правовая система *КонсультантПлюс*.