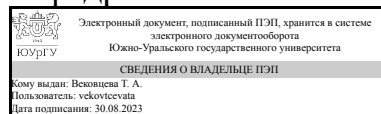


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



Т. А. Вековцева

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.ПО.13.01 Рекламные технологии в графическом дизайне
для направления 54.03.01 Дизайн

уровень Бакалавриат

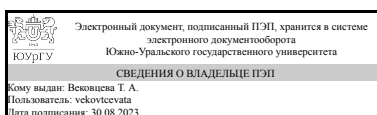
профиль подготовки Графический дизайн

форма обучения очная

кафедра-разработчик Технология и дизайн

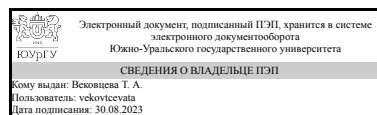
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки от 13.08.2020 № 1015

Зав.кафедрой разработчика,
к.искусствоведения, доц.



Т. А. Вековцева

Разработчик программы,
к.искусствоведения, доц.,
заведующий кафедрой



Т. А. Вековцева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины - ознакомление студентов с основами теории и практики рекламных технологий и дизайна в рекламе. Освоение курса предполагает получение знаний, умений и навыков при разработке рекламной стратегии, создании рекламно-информационных материалов с учетом основных рекламных материалов и рекламных технологий: технологий печати, технологий видео- и интернет рекламы, технологий наружной рекламы. Задачи курса: - сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях задач, решаемых дисциплиной "Рекламные технологии в графическом дизайне"; - познакомить с теми требованиями, которые предъявляет современный рынок к рекламистам; - дать представление о рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса; - познакомить с творческими методами создания рекламного продукта; - познакомить с основными технологиями печати, видео- и интернет рекламы, наружной рекламы; - ознакомить студентов с материалами, используемые при изготовлении рекламы.

Краткое содержание дисциплины

В курсе дисциплины студенты изучают предмет и сущность рекламы, задачи и функции современной рекламы, ее место в системе маркетинговых коммуникаций. Эволюцию рекламы. Связь рекламы и искусства. В курсе дисциплины "Рекламные технологии в графическом дизайне") раскрываются особенности дизайна в различных видах рекламы, изучаются технологические особенности различных типов печати (высокой, плоской, глубокой), особенности и материалы, используемые в наружной рекламе, раскрывается сущность создания видео рекламы. На практических занятиях студенты создают рекламный графический продукт с учетом навыков эффективного использования технических средств и прикладных программ в процессе проектирования рекламной продукции.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способен использовать современные информационные технологии и графические редакторы для создания и реализации дизайн-проектов	Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке, Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-полиграфической продукции в цифровом виде
ПК-3 Способен обосновывать свои проектные предложения, художественный замысел дизайн-проекта	Знает: виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей Умеет: классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с

	помощью инструментария графических, растровых инструментов Имеет практический опыт: применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Компьютерное проектирование, Компьютерные технологии	Проектирование комплексных визуальных систем, Промышленная графика и упаковка, Математическое моделирование в дизайне и технологии, Проектирование графических объектов, Брендинг и фирменный стиль, Производственная практика (преддипломная) (8 семестр), Производственная практика (проектно-технологическая) (6 семестр)

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Компьютерное проектирование	Знает: Умеет: работать в графических программах для визуализации материалов дизайн-проекта Имеет практический опыт: использует программные продукты для разработки визуальных материалов дизайн-проекта
Компьютерные технологии	Знает: различные графические компьютерные техники, методы работы с цветом, градиентами, трёхмерного моделирования и визуализации, графические редакторы (2D, 3D), программы для анимации и видеомонтажа, возможности редакторов для реализации дизайн-проектов Умеет: создавать инструментами компьютерных редакторов различной сложности градиент, кисти, текстуры, коллажи, трёхмерные модели, сложные развёртки, пользоваться графическими редакторами (2D, 3D), программами для анимации и видеомонтажа, создавать 2D-графику, 3D-графику, анимацию, выполнять видеомонтаж Имеет практический опыт: создания изображений различными графическими компьютерными техниками, работы с заливкой цветом, трёхмерного моделирования, работы с векторной и растровой графикой, 3D-моделированием, созданием

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	0	0
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Оформление итогового проекта.	35,75	35,75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Технологии креативной разработки рекламного продукта.	2	0	2	0
2	Печатные рекламные технологии	16	0	16	0
3	Технологии наружной рекламы	8	0	8	0
4	Технологии видео- и интернет рекламы	4	0	4	0
5	Материалы в наружной и полиграфической рекламе	2	0	2	0

5.1. Лекции

Не предусмотрены

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга. Виды рекламных технологий. Виды и методы продвижения рекламного продукта, Методы создания творческого продукта. Разработка творческого продукта на заданную тему методом ассоциаций. Разработка творческой идеи.	2
2	2	Метод высокой печати. Метод глубокой печати, Метод плоской печати. Разработка знака, визитной карточки с учетом методов печати	6

3	2	Методы печати в полиграфии. Разработка вариантов макетов визитной карточки под различные методы печати: офсет, шелкография, цифровая печать, термотрансферная печать	6
4	2	Подготовка файлов к печати. Подготовка готовых макетов визитных карточек к печати. Разработка полиграфической продукции (листовки и плаката) и подготовка макетов к печати.	4
5	3	Технологии наружной рекламы. Творческий подход к наружной рекламе. Разработка серии дизайн-макетов билбордов с учетом технологии изготовления (описание технологии). Оформление проекта.	4
6	3	Технологии наружной рекламы. Творческий подход к рекламным конструкциям. Визуализация творческой идеи и проектирование щтендера и вывески с учетом технологии изготовления (описание технологии). Оформление проекта.	4
7	4	Технологии видео- и интернет рекламы. Создание сценария, разработка макета сайта. Эскизный вариант. Описание концепции.	4
8	5	Материалы в наружной и полиграфической рекламе. оформление проекта. Описание основных применяемых материалов.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Оформление итогового проекта.	Александр Назайкин: Наружная, внутренняя, транзитная реклама. Практическое пособие - Из-во "Солон-пресс", 2014, 314с. Раздел 1. Наружная реклама. С 10-156.	5	35,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается - ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Контрольная точка 1. Разработка креативной идеи	1	5	Приведен в приложении	зачет
2	5	Текущий контроль	Контрольная точка 2. Проект визитной	1	5	Приведен в приложении	зачет

			карточки с учетом технологий печати				
3	5	Текущий контроль	Контрольная точка 3. Проект наружной рекламы с учетом технологий и материалов	1	5	Приведен в приложении	зачет
4	5	Промежуточная аттестация	Контрольная точка 4. Оформление проекта	-	5	Приведен в приложении	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Проведение промежуточной аттестации (зачета) необязательно. К зачету студент должен выполнить все задания и прикрепить в контрольные точки, а также оформить итоговый проект. На зачете студент имеет право повысить баллы, исправив недочеты в одной из предложенных контрольных точек.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
ПК-1	Знает: основные виды рекламы; носители рекламы; формы и методы продвижения рекламного продукта на потребительском рынке,	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: разрабатывать макеты рекламы для полиграфии и SMM в графических редакторах	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: создания макетов рекламно-полиграфической продукции в цифровом виде		+	+	+
ПК-3	Знает: виды и методы продвижения рекламного продукта, эргономические и психологические особенности восприятия потребителем медиа-технологий, а также эффективных способов демонстрации проектных идей	+	+	+	+
ПК-3	Умеет: классифицировать виды рекламы, выбирать оптимально эффективный вид рекламы для продвижения товара или услуги бренда с помощью инструментария графических, растровых инструментов	+	+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: применения технологий продвижения рекламного продукта на конкурентном рынке различными способами и инструментами графического дизайна, а также обоснования проектных целей и задач	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Реклама. Теория и практика ежекв. журн.: 16+ ЗАО "Издат. дом Гребенникова" журнал. - М., 2006-2016

2. Мудров, А. Н. Основы рекламы [Текст] учеб. для вузов по специальности 350700 "Реклама" А. Н. Мудров. - М.: Экономистъ, 2006. - 318 с. ил.

3. Сендидж, Ч. Реклама: Теория и практика Ч. Сендидж; Пер. с англ. под общ. ред. Ю. Н. Иванова. - М.: Сирин, 2001. - 619 с. ил.

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Бердышев Сергей Николаевич. Эффективная наружная реклама: практ. пособие / С. Н. Бердышев. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 132 с. - ISBN 978-5-394-01542-7 УДК 334.012

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Бердышев Сергей Николаевич. Эффективная наружная реклама: практ. пособие / С. Н. Бердышев. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 132 с. - ISBN 978-5-394-01542-7 УДК 334.012

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Мочалова, Е. Н. Материаловедение и основы полиграфического и упаковочного производств : учебное пособие / Е. Н. Мочалова, Л. Р. Мусина. — Казань : КНИТУ, 2017. — 148 с. — ISBN 978-5-7882-2227-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — https://e.lanbook.com/book/138358 (дата обращения: 12.06.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для
-------------	--------	--

		различных видов занятий
Практические занятия и семинары	448 (2)	Компьютеры с графическими программами, столы, стулья.