

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

**УЦ «АРТ-ДИЗАЙН»
ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Современные коммуникации и реклама»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Дизайн в рекламе

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Доцент УЦ «Арт-дизайн» В.В. Иванов

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 29.02.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины «Дизайн в рекламе»

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе»

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины «Дизайн в рекламе»

3. Содержание дисциплины (модуля)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины «Дизайн в рекламе»

Дисциплина «Дизайн в рекламе» является обязательной дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется УЦ «Арт-дизайн» на факультете рекламы и связей с общественностью.

Цель дисциплины: подготовка специалиста для практической работы в рекламной индустрии, приобретение знаний и навыков в понимании роли дизайна для продвижения товаров и услуг.

Задачи:

- овладеть основами вербального, невербального креатива в рекламной практике;
- овладеть практическими навыками в области создания рекламных дизайн-объектов на различных рекламных носителях;
- приобщить студентов к опыту ведущих теоретиков и практиков рекламы
- Выработать у студентов профессиональный подход в создании рекламной продукции;
- Научить видеть и контролировать процесс создания качественного рекламного продукта;

- Научить проектно мыслить;
- Уметь ориентироваться в современных мировых процессах в рекламе;
- Использовать возможности креативного дизайнерского решения;
- Освоить и применять на практике полученные знания;
- Овладеть профессиональной терминологией.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе» (модулю):

Коды компетенции	Индикаторы компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразия общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.	<p>Знать: социально-исторический, этический и философском контексты развития общества</p> <p>Уметь: понимать межкультурное разнообразие общества</p> <p>Владеть: навыками восприятия межкультурного разнообразия общества в его различных контекстах</p>

<p>ПК-5 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПК-5.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</p>	<p>Знать: современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций</p> <p>Уметь: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками подготовки и реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций</p>
---	--	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

<p>Дисциплина «Дизайн в рекламе» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана.</p> <p>Для освоения дисциплины «Дизайн в рекламе» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Философия • История • История России • Всеобщая история • Основы теории коммуникации • Психология рекламы и связей с общественностью • Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью • История рекламы • Поведение потребителей 		
---	--	--

В результате освоения дисциплины «Дизайн в рекламе» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Разработка и технология производства рекламного продукта: печатная реклама
- Современные интернет-коммуникации
- Основы профессиональной деятельности
- Наружная и внутренняя реклама
- Фирменный стиль
- Преддипломная практика

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме презентации на выбранную тему и проектов элемента фирменной идентификации, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов)

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	18
4	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	8
5	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4/5	Лекции	4
5	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 87 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	<i>Раздел 1</i> Введение. Цели и задачи дисциплины. История возникновения и развития рекламы.	Понятие о рекламе, её определение. Предмет и методологические основы дисциплины. Цели и задачи рекламы. Виды рекламной деятельности. Основные требования, предъявляемые к рекламе. Взаимосвязь предмета с другими дисциплинами. Реклама в государствах Древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе и Соединённых Штатах Америки. Реклама в России.
2.	<i>Раздел 2</i> Классификация рекламных средств	Основные признаки классификации рекламных средств. Основные элементы средств рекламы и требования, предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств. Выбор цели рекламного мероприятия. Рекламные средства и их применение: реклама в прессе, печатная реклама, аудиовизуальная реклама, радио- и телереклама, выставки и ярмарки, рекламные сувениры, прямая почтовая реклама, наружная реклама, мероприятия пиара, компьютеризированная реклама.
3.	Раздел 3. Дизайн в рекламе	Общие сведения об изображении в рекламе. Классификация графических изображений и их характеристика. Требования, предъявляемые к изображениям. Эстетическое изображение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна. Психологическое воздействие рекламного изображения на человека. Эффективность применения графических изображений в рекламе.
4.	Раздел 4. Правовое регулирование рекламной деятельности	Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы

		регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики и его содержание.
--	--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания²

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например:

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (защита проекта)		40 баллов

Итого за семестр (дисциплину) экзамен		100 баллов
---	--	---------------

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0–19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине «Дизайн в рекламе»

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе»
100-83/ A, B	«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на</p>

		<p>занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p>

		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>
--	--	--

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине *«Дизайн в рекламе»*.

При реализации программы дисциплины «Дизайн в рекламе» используются проблемный метод изложения материала, с активным привлечением компьютерного обеспечения.

Темы семинаров отражают последовательность тем изучения курса, предполагая обсуждение докладов и дискуссии по ключевым проблемам современного дизайна и рекламы.

Семинарские занятия могут проходить в различной форме – обсуждение заданных планом вопросов, обсуждение докладов и рефератов, дискуссии, рассмотрение конкретных проблем.

Выбор тем для семинарских занятий обосновывается методической взаимосвязью с программой курса и строится на ключевых, узловых темах курса. Планы семинарских занятий подготовлены в соответствии с программой лекционного курса.

Задания к семинарским занятиям могут быть обязательными для выполнения в аудитории или даваться для самостоятельной работы дома.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помощь в написании рефератов, эссе и при выполнении тематических заданий).

Помимо традиционных методов и форм учебной деятельности, в курсе предусматривается применение ряда инновационных способов и форм преподавания. В частности, используются **интерактивные методы обучения с активным взаимодействием между студентом и преподавателем, а также между самими студентами. Это могут быть ролевые игры, групповое обсуждение конкретных проблем.**

В курсе «Дизайн и рекламные технологии» важным элементом обучения является

информационно-компьютерное сопровождение занятий. На семинарских занятиях в ряде случаев используются подготовленные студентами компьютерные **презентации** докладов. Они позволяют активизировать познавательные способности обучающихся, а также сформулировать четкие практические рекомендации для будущей профессиональной деятельности.

Используется также **проблемно-диалоговый метод** организации лекций и проведения семинарских занятий. Реализация его в данном курсе предполагает создание проблемных ситуаций при рассмотрении поставленных вопросов с активным привлечением аудитории, полемический характер и рассуждающую манеру изложения учебного материала и постановку проблемных вопросов. В курсе «Дизайн в рекламе» используется тестирование, применяются практические домашние задания.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

1. Немцова, Тамара Игоревна. Компьютерная графика и Web-дизайн. Практикум [Электронный ресурс] : Учебное пособие. - Москва ; Москва : Издательский Дом "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 288 с. - ISBN 978-5-8199-0343-8. Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=344626>
2. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0. Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=326346>

б) дополнительная литература:

1. Быстрова, Т. Философия дизайна: Учебно-методическое пособие / Быстрова Т., - 3-е изд., стер. - Москва :Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 128 с. Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=303310>
2. Аббасов, И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3 [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Б. Аббасов. - Москва : ДМК

Пресс, 2009. - 224 с.: ил. - ISBN 978-5-94074-411-5. Режим доступа - <https://new.znanium.com/read?id=77083>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft Office

Kaspersky Endpoint Security

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

● для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

● для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей.

Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий. Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

● для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

● для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме; - в форме

электронного документа.

● для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: - в печатной форме; - в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

● для слепых и слабовидящих:

- устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
- дисплеем Брайля PAC Mate 20;
- принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1

Цель дисциплины: подготовка специалиста для практической работы в рекламной индустрии, приобретение знаний и навыков в понимании роли дизайна для продвижения товаров и услуг.

Задачи:

- овладеть основами вербального, невербального креатива в рекламной практике;
- овладеть практическими навыками в области создания рекламных дизайн-объектов на различных рекламных носителях;
- приобщить студентов к опыту ведущих теоретиков и практиков рекламы
- Выработать у студентов профессиональный подход в создании рекламной продукции; - Научить видеть и контролировать процесс создания качественного рекламного продукта;
- Научить проектно мыслить;
- Уметь ориентироваться в современных мировых процессах в рекламе;
- Использовать возможности креативного дизайнерского решения;
- Освоить и применять на практике полученные знания;
- Овладеть профессиональной терминологией.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- социально-исторический, этический и философский контексты развития общества
- современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций

Уметь:

- понимать межкультурное разнообразие общества
- Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности

Владеть:

- навыками восприятия межкультурного разнообразия общества в его различных контекстах
- навыками подготовки и реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций