

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра культурологии и социально-гуманитарных технологий

Авторы-составители: **Березина Елена Михайловна
Манторова Анна Владимировна**

Рабочая программа дисциплины

ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ

Код УМК 83365

Утверждено
Протокол №7
от «03» февраля 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Дизайн рекламы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **50.03.01** Искусства и гуманитарные науки
направленность Дизайн

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Дизайн рекламы** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (направленность : Дизайн)

ПК.7 способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (направленность: Дизайн)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	10
Объем дисциплины (з.е.)	4
Объем дисциплины (ак.час.)	144
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	56
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	88
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (10 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

«Дизайн рекламы»

Курс «Дизайн и рекламные технологии» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла образовательной программы. Курс предполагает изучение рекламы как культурно-исторического феномена. Особое внимание уделяется анализу изобразительного языка рекламы. Изучение курса способствует формированию умений оценки художественно – выразительных средств рекламы и создания эффективного дизайна рекламной продукции.

Знания и умения, формируемые у обучающихся, необходимы для выполнения научно-исследовательской и выпускной квалификационной работы.

Тема 1. Основы рекламных технологий

Цели, задачи и средства рекламной деятельности.

Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации

История рекламы. Древнейший период развития рекламы. Реклама в античном мире. Средневековая реклама. Западноевропейская и американская реклама Нового времени. Реклама в России дореволюционного и советского периодов. История наружной рекламы. Рекламный плакат в России. Российская реклама в прессе XIX века. Российская реклама начала XX века. Рекламные тексты В. Маяковского. Российская реклама второй половины XX века. Особенности современной рекламы. Креатив и проблема визуализации информации.

Тема 3. Печатная реклама и ее элементы

Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции. Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе.

Цвет и цветовые гармонии в рекламе. Способы описания цвета и цветовые модели. 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. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

Правила создания эффективного текста. Заголовки. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Правила создания эффективного текста.

Модульная система проектирования. Модульные сетки. Модульная структура как древнейший и простейший метод создания упорядоченных систем. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга. Основные принципы построения модульных сеток.

Тема 4. Правила размещения вывесок в городской среде

Самостоятельное изучение правил размещения вывесок в городской среде на примере г. Перми.

Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы

Цели и задачи наружной рекламы. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной наружной рекламы.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 119 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/444790>

2. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — ISBN 978-5-7782-2192-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/44764.html>

Дополнительная:

1. Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учебник для вузов / И. А. Розенсон. — СПб.: Питер, 2006, ISBN 5-469-01143-7.-219.

2. Пигулевский, В. О. История дизайна. Вещи и бренды : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 235 с. — ISBN 978-5-4487-0266-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75952.html>

3. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для академического бакалавриата / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 139 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/445211>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

www.pinterest.ru Пинтерест (Россия / Russia)
www.behance.net Behance :: Best of Behance
<https://dribbble.com/> Dribbble
<http://lovelypackage.com/> Lovely package
<https://www.designspiration.com/> Design spiration
<https://logopond.com/> Logopond

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Дизайн рекламы** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Образовательный процесс по дисциплине **Дизайн рекламы** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных занятий);
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта);
- 5) тестирование.

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

- 1) офисный пакет приложений (текстовый процессор, программа для подготовки электронных презентаций);
- 2) программа демонстрации видеоматериалов (проигрыватель);
- 3) приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
- 4) Illustrator CS6 16Multiple Platforms Russian;
- 5) InDesign CS6 8Multiple Platforms Russian;
- 6) Photoshop Extended CS6 13Multiple Platforms Russia.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база обеспечивается наличием:

Для занятий лекционного типа необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой

(проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для проведения лабораторных занятий – аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для проведения групповых (индивидуальных) консультаций необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для проведения мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для самостоятельной работы необходима аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Дизайн рекламы**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции и
критерии их оценивания**

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.7 способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения</p>	<p>Знать особенности развития рекламы в историческом контексте; Уметь ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Уметь анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Уметь работать с рекламными носителями разного типа; Уметь аккуратно выполнять графические работы; Владеть навыками композиционно грамотной верстки; Владеть навыками работы с элементами типографики в области рекламы; Владеть навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает основные особенности развития рекламы в историческом контексте; Не умеет ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Не умеет анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Не умеет работать с рекламными носителями разного типа; Не умеет аккуратно выполнять графические работы; Не владеет навыками работы с элементами типографики в области рекламы; Не владеет навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Знает некоторые основные особенности развития рекламы в историческом контексте; При консультативной поддержке может ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; При консультативной поддержке может анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Демонстрирует частично сложившееся умение работать с рекламными носителями разного типа; При консультативной поддержке может аккуратно выполнять графические работы; Фрагментарное применение навыков работы с элементами типографики в области рекламы; Фрагментарное применение навыков</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>Имеет общее представление об основных особенностях развития рекламы в историческом контексте; В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Успешное, но содержащее отдельные проблемы умение работать с рекламными носителями разного типа; В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение аккуратно выполнять графические работы; Успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками работы с элементами типографики в области рекламы; Успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Сформированные систематические знания особенностей развития рекламы в историческом контексте; Сформированное умение самостоятельно ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Сформированное умение самостоятельно анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Сформированное умение самостоятельно работать с рекламными носителями разного типа;</p>

Компетенция	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Сформированное умение аккуратно выполнять графические работы; Успешное и систематическое применение навыков работы с элементами типографики в области рекламы; Успешное и систематическое применение навыков использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Тема 1. Основы рекламных технологий Входное тестирование	Умеет оперативно решать графические задачи; Умеет формировать графическую систему из предлагаемых элементов Владеет навыками осмысления дизайна как социального явления;
ПК.7 способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения	Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации Защищаемое контрольное мероприятие	Знать принципы применения рекламных визуальных технологий различных исторических периодов; Уметь создавать рекламный дизайн-проект разной стилистической направленности; Уметь проводить предпроектный анализ рекламной ситуации; Уметь определять сильные и слабые стороны дизайн-проекта; Уметь соотносить экономический и дизайнерский аспекты рекламы; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;

Компетенция	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ПК.7 способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения</p>	<p>Тема 3. Печатная реклама и ее элементы Защищаемое контрольное мероприятие</p>	<p>Уметь создать эффективное сочетание текста и иллюстраций средствами верстки и композиционных приемов; Уметь формировать наилучшее композиционное решение графических констант; Владеть навыками подбора шрифтовых гарнитур с учетом ассоциативности и образности объектов рекламы; Владеть навыками использования современных графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;</p>
<p>ПК.7 способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения</p>	<p>Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>Уметь сформулировать синтез экономического спроса и предложения в рекламном проекте; Уметь организовывать взаимодействие элементов наружной рекламы и окружающей среды; Владеть навыками подбора максимально эффективного носителя наружной рекламы для предлагаемого дизайн-проекта; Владеть навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Тема 1. Основы рекламных технологий

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Уметь вычленять характеристики продукта, наиболее эффективные для визуального	17

представления	
Владеть навыками построения актуальных социокультурных ассоциаций	10
Уметь решать графические задачи в режиме цейтнот	3

Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Реализовывает ребрендинг с учетом анализа слабых сторон дизайн-объекта;	7
Формулирует функционально-эстетический синтез экономического спроса и предложения в рекламном проекте;	6
Грамотно визуализирует экономическое предложение средствами графического дизайна с учетом современных социокультурных факторов;	5
Грамотно визуализирует экономическое предложение средствами графического дизайна в рамках исторической стилизации;	5
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	4
Знает основные особенности рекламных визуальных технологий выбранного исторического периода	3

Тема 3. Печатная реклама и ее элементы

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Создает эффективное сочетание текста и иллюстраций средствами верстки и композиционных приемов;	7
Успешно владеет инструментами Adobe Photoshop и Adobe Illustrator для создания рекламных дизайн-проектов;	6
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	5
Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом целевой аудитории предполагаемого периодического издания;	2
Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом ассоциативной нагрузки произведения;	2
Композиция выстроена с учетом сложившихся черт образа выбранного персонажа;	2
Композиция выстроена с учетом особенностей предполагаемого периодического издания и тематики статьи;	2
Композиция выстроена с учетом образности произведения;	2

Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом сложившегося в социокультурном пространстве образе выбранного персонажа	2
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---

Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Элементы наружной рекламы не противоречат экстерьеру, сохраняя свою стилистическую индивидуальность	13
Спроектировано и обосновано более функционально и эстетически подходящее дизайн-решение фрагмента городского пространства	10
Учтены правила размещения наружной рекламы в городской среде	10
Успешно владеет инструментами Adobe Photoshop и Adobe Illustrator для создания презентаций на основе дизайн-проекта;	5
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	2