МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ДИЗАЙН РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Направление подготовки *54.03.01 «Дизайн»*

Направленность *«Дизайн костюма»*

Квалификация (степень) выпускника: *бакалавр*

Кострома
2019

Рабочая программа дисциплины «Дизайн рекламной продукции» разработана

- в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», утвержденным приказом № 1004 от 11.08.2016
- в соответствии с учебным планом направления подготовки «Дизайн», направленность «Дизайн костюма», год начала подготовки 2019.

Разработал: Рассадина С.П., к.т.н., к.т.н., доцент кафедрыДТМиЭПТ

Рецензент: Смирнова Е.Л., доц., доцент кафедры ДТМиЭПТ

УТВЕРЖДЕНО:
на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Протокол заседания кафедры №9 от 15.05.2019 г.,
с изменениями (протокол № 8 от 25.01.2021 г.)
Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:
на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Протокол заседания кафедры №9 от 28.04.2020 г.
с изменениями (протокол № 8 от 25.01.2021 г.)
Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:
на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Протокол заседания кафедры № 13 от 11.06.2021 г.
Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Иванова О.В., к.т.н., доцент

ПЕРЕУТВЕРЖДЕНО:
на заседании кафедры дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Протокол заседания кафедры № 8 от 18.03.2022 г.
Заведующий кафедрой дизайна, технологии, материаловедения и экспертизы потребительских товаров
Иванова О.В., к.т.н., доцент

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: Формирование у студентов знаний, умений, навыков по созданию макетов оригинальной рекламной продукции с использованием различных технологий и материалов. Развитие конструктивного, пространственного и объемного мышления, способности анализировать результаты работы.

Задачи дисциплины:

Изучить виды рекламной продукции, выпускаемой в настоящее время;

Познакомиться с технологией изготовления различных видов рекламной продукции, применяемыми материалами;

Познакомиться с перспективными направлениями развития в индустрии рекламы;

Получить практические навыки создания макетов рекламной продукции;

Получить навыки изменения макета рекламной продукции с учетом планируемой себестоимости, используемых технологий и материалов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- классификацию и виды рекламной продукции, выпускаемой в настоящее время;
- технологии изготовления различных видов рекламной продукции, применяемые материалы
- перспективные направления развития в индустрии рекламы;
- современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании;
- принципы выполнения эталонных образцов объектов дизайна или его отдельных элементов в макете, материале

уметь:

- применять на практике сведения о технологиях изготовления различных видов рекламной продукции, применяемых материалах;
- перспективные направления развития в индустрии рекламы;
- выполнять эталонные образцы объектов дизайна или его отдельных элементов в макете, материале;
- применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии в дизайн-проектировании объектов рекламы

владеть:

- практическими навыками применения современной шрифтовой культуры и компьютерных технологий в дизайн-проектировании;
- практическими навыками выполнения эталонных образцов рекламной продукции или ее отдельных элементов в макете, материале

освоить компетенции:

ОПК-4 - способность применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании;

ПК-7 - способность выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана, входит в блок дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.3, вторая дисциплина по выбору. Изучается в 8 семестре обучения.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах/практиках:

Дизайн-проектирование, Проектная деятельность, Композиция, Цветоведение и колористика. Компьютерные технологии в дизайне одежды, Дизайн рекламной продукции, Дизайн интерьера, Платформенные решения для товаров индустрии моды на основе массовой кастомизации, Архитектоника, Макетирование.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин/практик: Производственная (преддипломная) практика, Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Виды учебной работы,	Очная форма
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2
Общая трудоемкость в часах	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	
Лекции	10
Практические занятия	-
Лабораторные занятия	10
Самостоятельная работа в часах	51,75
ИКР	0,25
Форма промежуточной аттестации	зачет

4.2. Объем контактной работы на 1 обучающегося

Виды учебных занятий	Очная форма
Лекции	10
Практические занятия	-
Лабораторные занятий	10
Консультации	-
Зачет/зачеты	0,25
Экзамен/экзамены	-
Курсовые работы	-
Курсовые проекты	-
Всего	20,25

5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела, темы	Всего з.е/час	Аудиторные занятия			Самостоятельная работа
			Лекц.	Практ.	Лаб.	
1.	Тема 1. Классификация рекламной продукции: функции, цели и виды.	3	1		-	2
2.	Тема 2. Имидж и образ в рекламе.	3	1		-	2
3.	Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	8	2	2		4
4.	Тема 4. Конструктивная структура рекламы.	8	2	2		4
5.	Тема 5. Печатная реклама и ее элементы	14	2	2		10
6.	Тема 6. Дизайн и печать упаковки и этикетки.	13	1	2		10
7.	Тема 7. Особенности дизайна наружной рекламы.	13	1	2		10
8.	Зачет. Подготовка	9,75				9,75
	ИКР. Зачет	0,25				0,25
	Итого:	**72**	**10**	**10**		**51,75+0, 25**

5.2. Содержание

Тема 1. Классификация рекламной продукции: функции, цели и виды.

История развития рекламы.

Тема 2. Имидж и образ в рекламе.

Создание бренда. Фирменный стиль. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда.

Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Основные составляющие фирменного стиля.

Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.

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

Тема 4. 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.

Тема 5. Печатная реклама и ее элементы.

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

Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.

Тема 6. Дизайн и печать упаковки и этикетки.

Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции.

Тема 7. Особенности дизайна наружной рекламы.

Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации по выполнению задания	Форма контроля
1.	Тема 1. Классификация рекламной продукции: функции, цели и виды.	Найти примеры развития бренда с точки зрения истории рекламы	2	Оформить результаты в виде презентации	
2.	Тема 2. Имидж и образ в рекламе.	Проанализировать основные составляющие фирменного стиля на примере известного бренда одежды	2	Оформить результаты поиска в виде презентации	Собеседование Контрольная работа Зачет
3.	Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	Найти примеры влияние физиологических факторов на композицию рекламы на примере рекламной продукции	4	Оформить результаты поиска в виде презентации	Собеседование Зачет
4.	Тема 4. Конструктивная структура рекламы.	Найти примеры композиционного, смыслового, оптического центра в различных видах рекламной продукции. Отметить способы выделения элементов.	4	Подготовить сообщение, презентацию	Просмотр работ. Опрос по вопросам для самопроверки и самостоятельного изучения.
5.	Тема 5. Печатная реклама и ее элементы	Разработать макет рекламного плаката	10	Итог оформить в виде электронного файла.	
6.	Тема 6. Дизайн и печать упаковки и этикетки.	Разработать макет упаковки для одежды или обуви	10	Итог оформить в виде электронного файла.	Просмотр работ. Контрольная работа Зачет
7.	Тема 7. Особенности дизайна наружной рекламы.	Разработать макет объекта наружной рекламы	10	Итог оформить в виде электронного файла.	
8.	Зачет	Подготовка к зачету в 6 семестре	9,75		
	Итого		**51,75**		

6.2. Тематика и задания для практических занятий

не предусмотрены

6.3. Тематика и задания для лабораторных занятий

1. История развития рекламы.
2. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Основные составляющие фирменного стиля.
3. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции. Ассоциативность и образность в рекламе.
4. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие.
5. Печатная реклама и ее элементы. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.
6. Дизайн и печать упаковки и этикетки.
7. Особенности дизайна наружной рекламы.

6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (проектов) *при наличии*

не предусмотрены

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

а) основная:

1. Овчинникова Р.А. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования Москва: Издательство «ЮНИТИ-ДАНА», 2012. [Электронный ресурс]; Режим доступа: URL: //znanium.com/go.php?id=390990.
2. Шишова,Акулич. Теория и практика рекламы: Учебное пособие. Москва: ООО «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2015.[Электронный ресурс]; Режим доступа: URL: //znanium.com/go.php?id=362871.
3. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 176 с.:- (Бакалавриат) - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=937464
4. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0155-1- http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=196365
5. Смирнова, Л.Э. История и теория дизайна : учебное пособие / Л.Э. Смирнова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский Федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 224 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7638-3096-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841

б) дополнительная:

1. Коротеева Л. И. Основы художественного конструирования: учебник / Коротеева Л.И., Яскин А.П. М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 304 с. [Электронный ресурс]; Режим доступа: URL: //znanium.com/bookread2.php?book=460731.
2. Элам Кимберли. Графический дизайн. Принцип сетки. Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2014.
3. Яцюк Ольга Григорьевна. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / Яцюк Ольга Григорьевна ; Гл. ред. Е. Кондукова. - СПб. : БХВ-Петербург, 2004. - 240 с.: ил.+1CD. - ISBN 5-94157-411-8
4. Рассадина С.П. Компьютерное проектирование полиграфической продукции и упаковки Кострома : КГТУ, 2015. - 83 с.: рис. - ISBN 978-5-8258-0771-9

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Рекомендации: *В данном разделе перечисляются электронные образовательные ресурсы, используемые в процессе преподавания дисциплины. В список включаются ссылки на ресурсы Internet и информационно-справочные системы.*

Например:

Информационно-образовательные ресурсы:

1. *Федеральный портал «Российское образование»;*
2. *Официальный сайт министерства образования и науки Российской Федерации*
3. http://www.rudtp.ru Полезная литература, теоретическая и справочная информация, в т.ч. электронные версии книг по компьютерной графике.
4. http://kak.ru. «Как» - журнал о графическом дизайне.
5. http://www.mirdisaina.ru. «Мир дизайна» - электронное периодическое издание.
6. http://www.projector-magazine.ru. Журнал «Проектор» - субъективное освещение вопросов дизайна.
7. http://www.design-boom.ru Новинки дизайна.
8. http://www.primaris.ru/pack_design.html. Дизайн полиграфии и графический дизайн.
9. http://www.cardesign.ru Информационное издание в области транспортного дизайна.
10. http://www.logoteka.ru. Логотипы известных компаний и организаций России и всего мира.
11. http://www.logotypes.ru. Каталог логотипов.
12. http://www.packet.by. Все о дизайне упаковки.
13. http://www.adme.ru. Энциклопедия рекламы.
14. http://www.publish.ru Publish. Дизайн. Верстка. Печать.
15. http://www.adbusiness.ru
16. http://www advertprint.net

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»
3. ЭБС «Znanium»

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

Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы

Аудитория компьютерных технологий
гл. корп., ауд. 211

Телевизор Philips диагональ 81 см/32`` модель 393АД3208Е/60;
Доска передвижная поворотная ДП-12;
ПЭВМ в комплекте: Acer P236H +с/блок ; Intel(R)Core(TM)i3CPU 540-процессор двухядерный Socket 1156-1 шт.
ПЭВМ в комплекте:
Acer V193 black + с/блок
R-Style Proxima MC 852 (HD4670)-7 шт.;
планшет графический Wacom Bamboo Fun Medium A5 Wide USB-7 шт.;
сканер Mustek A3 1200S (CIS, A3, 1200*1200 dpi, USB 2.0)
Компьютерные столы - 8 шт., стол для переговоров.
Посадочные места по числу студентов, рабочее место преподавателя.

Перечень лицензионного программного обеспечения.
Реквизиты подтверждающего документа

OpenOffice Apache License 2.0, свободный пакет офисных приложений
Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF
Blender GNU GPL v2 и GNU GPL v3, свободный, профессиональный пакет для создания трѐхмерной компьютерной графики
Adobe In Design, проприетарная, лиц. №: 1407-1002-9880-5029-9449-0662 (бессрочная)
Autodesk 3ds MAX, бесплатно для учебных заведений, лиц. №: 560-36208034 (бессрочная)
Inkscape GNU GPL v2, свободно распространяемый векторный графический редактор
GIMP GNU GPL v3, свободно распространяемый растровый графический редактор