

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б.1.2.6 «Рекламный дизайн»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Квалификация (степень) выпускника – Бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

Пенза, 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Рекламный дизайн» являются изучение студентами теоретических основ рекламного дизайна, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, публикации графической информации необходимой для рекламной деятельности и работы в области СО. Студенты должны овладеть практическими навыками применения полученных знаний, умений и навыков с целью подготовки графического содержания и оформления рекламных сообщений. По окончании изучения данного курса студенты должны овладеть умениями управления дизайн-проектами.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина «Рекламный дизайн» относится к вариативной части Б.1.2. «Рекламный дизайн» опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «История искусств и дизайна», «Введение в специальность», «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Компьютерного дизайна», «Разработка и технологии производства рекламного продукта». Компетенции, приобретенные в ходе изучения «Рекламного дизайна» готовят студента к написанию и защите ВКР и профессиональной деятельности.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «РЕКЛАМНЫЙ ДИЗАЙН»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Таблица 3

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
ПК-8	Способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: специфику разработки макетов рекламных материалов.
		Уметь: работать с программным обеспечением, предназначенным для работы с растровой и векторной графикой
		Владеть: навыками работы с визуальной информацией
СПК-3	Ориентируется в жанровой и стилевой специфике современного искусства, в современных тенденциях дизайна и инфографики	Знать: теоретические основы графического дизайна, инфографики, современных тенденций разработки визуальных коммуникаций компании/бренда.
		Уметь: анализировать визуальные коммуникации компании/организации.
		Владеть: навыками проектирования макетов полиграфической продукции с учетом современных тенденций дизайна.

4. Структура и содержание дисциплины «Рекламный дизайн»

4.1.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.1.1

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка тестов	Защита лабораторных работ	Проверка творческих заданий	Проверка курсовой работы (проекта)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Творческие задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к экзамену				
1	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия.	7	1-2	6	2		4	8	4	4				2	2	
2	Тема 2. Исследования в работе дизайнера.	7	3-6	12	4		8	10	4	6				4 - 6	6	
3	Тема 3. Инфографика в рекламе.	7	7-8	6	2		4	4	4					8		
4	Тема 4. Дизайн упаковки.	7	9-12	12	4		8	12	8	4				12	12	
5	Тема 5. Оформление точек продаж	7	13-14	6	2		4	8	4	4				14	14	
6	Тема 6. Дизайн события.	7	15-16	6	2		4	8	4	4				16	16	
7	Тема 7. Портфолио: рекламного	7	17-18	6	2		4	4	4				18	18		

	агентства и рекламного дизайнера.																
	<i>Курсовая работа (проект)</i>	7															
	<i>Подготовка к экзамену</i>	7					36					36					
	Общая трудоемкость, в часах			54	18		36	90	32	22		36	Промежуточная аттестация				
													форма	семестр			
													экзамен	7			

4.1.2 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 4.1.2

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка тестов	Защита лабораторных работ	Проверка творческих заданий	Проверка курсовой работы (проекта)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к аудиторным занятиям	Творческие задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к экзамену				
1	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия.	9		2	1		1	10	6	4				*	*	
2	Тема 2. Исследования в работе дизайнера.	9		2			2	20	10	10				*	*	
3	Тема 3. Инфографика в рекламе.	9		2	1		1	10	10					*		
4	Тема 4. Дизайн упаковки.	9		3	1		2	16	10	6				*	*	
5	Тема 5. Оформление точек продаж	9		3	1		2	12	6	6				*	*	
6	Тема 6. Дизайн события.	9		2	1		1	16	10	6				*	*	
7	Тема 7. Портфолио: рекламного агентства и рекламного дизайнера.	9		2	1		1	8	8				*	*		

	<i>Курсовая работа (проект)</i>	9															*
	<i>Подготовка к экзамену</i>	9					36					36					
	Общая трудоемкость, в часах			16	6		10	128	60	32		36	Промежуточная аттестация				
													форма	семестр			
													экзамен	9			

4.2. Содержание дисциплины

Тематика лекционного курса

Тема 1.

Рекламный и графический дизайн: основные понятия.

Основные определения. Функции и задачи рекламного дизайна. Дизайн как визуальный язык. Роль дизайна в бизнесе. Направления рекламного дизайна. Специфика работы дизайнера в рекламном агентстве. Управление дизайн проектами. Постановка дизайн-задач. Бриф на дизайн-проект. Этапы дизайн-проекта. Подбор команды и распределение функций. Управление работой творческой команды. Презентация и сдача дизайн-проекта.

Тема 2.

Исследования в работе дизайнера.

Роль исследований в дизайн-проекте. Традиционные, адаптированные и инновационные методы исследования в дизайне. Применение количественных и качественных методов исследования в рекламном дизайне. Знакомство с методами: дизайн-этнография, метод сортировки карточек, тестирование привлекательности, направленный строителлинг, доказательный дизайн и т.д.

Тема 3.

Инфографика в рекламе.

Основные определения и история инфографики. Задачи и функции инфографики. Роль инфографики в современном мире и в частности в рекламном дизайне, области применения. Этапы работы над проектом (создание информационной графики). Использование инфографики в рекламных коммуникациях: опыт российских и зарубежных дизайнеров.

Тема 4.

Дизайн упаковки.

Определение понятия «упаковка» и «этикетка». Функции упаковки. Этапы разработки дизайна упаковки. Форма и материалы упаковки. Упаковка как визуальная коммуникация бренда. Специфика дизайна упаковки в различных отраслях. Прототипирование упаковки, тестирование упаковки. Оценка эффективности коммуникативной составляющей упаковки.

Тема 5.

Дизайн события

Основные понятия, цели и задачи дизайна события. Функции, области применения. Элементы дизайна мероприятия. Этапы разработки дизайна события. Требования к документации проекта. Оценка эффективности проекта по разработке дизайна события. Нестандартные приемы и носители при работе над дизайном события.

Тема 6.

Оформление точек продаж.

Рекламоносители в точках продаж. Дизайн POS-материалов. Сценарии процесса покупки в различных типах точек продаж и взаимодействие покупателей с визуальными коммуникациями. Оформление торговых залов. Основы витринистики, дизайн входных групп. Магазин как точка контакта бренда с целевой аудиторией.

Тема 7.

Портфолио: рекламного агентства и рекламного дизайнера.

Цели и задачи портфолио. Виды портфолио, формат, носители, технологии изготовления. Возможные варианты структуры портфолио. Дизайн портфолио. Креативные портфолио.

Лабораторные работы

Лабораторная работа 1. Разработка документации для управления дизайн-проектом.

Лабораторная работа 2. Составить программу дизайн-исследования по проекту.

Лабораторная работа 3. Разработка инфографики для рекламного плаката.

Лабораторная работа 4. Разработка дизайна упаковки.

Лабораторная работа 5. Оформление точек продаж.

Лабораторная работа 6. Разработка концепции дизайн события.

Лабораторная работа 7. Подготовка портфолио.

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

- чтение лекций, в том числе лекции-дискуссии, лекции проблемного характера;
- проведение лабораторных занятий, в том числе в активных и интерактивных формах. К таким формам при изучении данного курса можно отнести:
- технология активного (контекстного) обучения;
- проектная технология.

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Организация текущего контроля знаний студентов осуществляется следующими методами: выполнения домашних заданий, защита лабораторных работ, экзамен.

6.1 План самостоятельной работы студентов

по дисциплине «Рекламный дизайн»

Таблица 6.1

Неделя	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Учебно-методическое обеспечение	Количество часов сам. работы
1	2	3	4	5	6
1-2	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия.	Творческое задание	Проанализировать работы дизайнеров, работающих в сфере рекламы. Подготовить отчет в виде презентации.	Основная литература 1,2. Дополнительная литература 3 Интернет-ресурсы 1- 13.	4/4
1-2	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия.	Подготовка к лабораторной работе	Выбрать тему и описать дизайн-проект.	Основная литература 1,2. Дополнительная литература 3 Интернет-ресурсы 1- 13.	4/6
3-6	Тема 2. Исследования в работе дизайнера.	Подготовка к лабораторной работе	Составьте перечень возможных исследований в зависимости от особенностей дизайн- проекта и его этапов.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/10
3-6	Тема 2. Исследования в работе дизайнера.	Творческое задание	Проведите исследования на основе программы, составленной в лабораторной работе 2.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	6/10
7-8	Тема 3. Инфографика в рекламе.	Подготовка к лабораторной работе.	Выберете тему и соберите материал для создания инфографики.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/10
9-12	Тема 4. Дизайн упаковки	Подготовка к лабораторной работе.	Проведите сравнительный анализ упаковки ТМ конкурентов в данном ценовом сегменте. Создайте эскизы упаковки.	Основная литература 1,2. Дополнительная литература 1-5. Интернет-ресурсы 1- 13.	8/10
9-12	Тема 4. Дизайн упаковки	Творческое задание	Подготовить доклад- презентацию на тему «История упаковки» или «Стили дизайна упаковки», «Современные тенденции дизайна упаковки»	Основная литература 1,2. Дополнительная литература 1-5. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/6
13-14	Тема 5. Дизайн события	Подготовка к лабораторной работе	Выберите тему и составьте описание события.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/6
13-14	Тема 5. Дизайн события	Творческое задание	Проанализируйте примеры нестандартных рекламных носителей оформления и продвижения события. Подготовьте отчет в виде презентации.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/6
15-16	Тема 6. Оформление точек продаж	Творческое задание	Провести наблюдение в точках продаж компании/бренда	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/6

1	2	3	4	5	6
15-16	Тема 6. Оформление точек продаж	Подготовка к аудиторным занятиям	Создайте эскизы рекламных материалов для оформления мест продаж местах продаж (товар по выбору студента)	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/10
17-18	Тема 7. Портфолио: рекламного агентства и рекламного дизайнера.	Подготовка к аудиторным занятиям	Разработать структуру личного портфолио.	Основная литература 1,2. Интернет-ресурсы 1- 13.	4/8
17-18	Тема 1-7.	Подготовка к экзамену.		Основная литература 1,2. Дополнительная литература 1-5. Интернет-ресурсы 1- 13.	36/36
Всего					90/128 часов

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы.

Самостоятельная работа выступает в формах анализа и обобщения студентом прочитанного на лекциях учебного материала, подготовки к лабораторным занятиям, проработки вопросов и тем, подготовки докладов, рефератов, устных сообщений, подготовка к участию в научно-практических конференциях, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, подбор и изучение литературных источников и др.

Самостоятельная работа проводится студентом в свободное от лекций и лабораторных занятий время. В процессе самостоятельной работы закрепляются и совершенствуются умения и навыки студентов, более глубоко прорабатывается учебный материал, осмысливаются полученные на лекциях знания. Самостоятельная работа является важным составным элементом будущей профессиональной деятельности студента.

Самостоятельная работа студентов в рамках данной дисциплины предусматривает следующие виды деятельности:

- подготовка к лабораторным работам;
- чтение специальной научной литературы – монографий, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, в том числе размещенных на Интернет-сайтах;
- выполнение заданий;
- составление письменных отчетов по результатам лабораторных работ и учебных исследований;
- подготовка к экзамену.

Подготовка к лабораторным занятиям

Необходимо внимательно изучить план лабораторных занятий. Для подготовки отчета следует внимательно просмотреть соответствующую лекцию, рекомендуемую литературу, а также найти примеры рекламных обращений (если это требуется) в различных источниках.

Задания носят творческий характер и необходимы для развития интеллекта студента, его умения оригинально мыслить и реализовывать теоретические знания на практике. Вместе с тем, выполнение лабораторной работы должно базироваться на знаниях, полученных при чтении лекций, научной и учебной литературы.

Рекомендации по выполнению творческого задания

Творческое задание – это такая форма организации учебной информации, где наряду с заданными условиями и неизвестными данными, содержится указание студентам для самостоятельной творческой деятельности, направленной на реализацию их личностного потенциала и получение требуемого образовательного продукта.

Творческое задание должно иметь:

- научно-исследовательский характер;
- достаточную глубину знаний, объем используемого материала;
- связь теории с практикой.

Алгоритм выполнения творческого задания (анализ примеров по заданной теме):

1. Внимательно прочитайте тему.
2. Воспользуйтесь рекомендованной литературой и списком интернет-источников для более глубокого изучения данной темы, основных понятий, характеристик, критериев оценки примеров рекламных продуктов в рамках изучаемой темы.
3. Воспользуйтесь любым доступным для вас методом сбора примеров (интернет-источники, книги, альбомы-каталоги, рекламная продукция компаний и т.д.).
4. Проанализируйте собранные примеры. Проведите классификацию или кластеризацию собранных примеров. Сделайте вывод.
5. Результаты анализа оформите в виде электронной презентации.
6. Подготовьте выступление продолжительностью 5-7 минут.

Структура презентации:

- титульный лист
- основная часть
- заключение
- список использованных источников

Титульный лист включает полное название дисциплины, тему задания, Ф.И.О. и группу студента, год выполнения.

В основной части – основные определения, понятия по изучаемой теме, критерии классификации или кластеризации, примеры с указанием автора, рекламируемой компании/ бренда/товара.

В заключении формулируются основные выводы.

В конце дается перечень источников, используемых при выполнении задания.

Общее количество слайдов презентации зависит от тематики конкретного творческого задания.

Методические указания по подготовке к итоговому тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов.

Тестирование - позволяет оценить знание фактического материала, умение логически мыслить, способность к рефлексии и творчески подходить к решению поставленной задачи.

При проверке знаний, умений, качества овладения компетенциями используются две группы тестов:

а) тесты специальных способностей и достижений (задания с несколькими вариантами выбора).

в) тесты со свободными ответами (предполагают элементы творчества и личностного самовыражения, проявляют сверх нормативные знания и умения студентов).

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработайте информационный материал по дисциплине. Воспользуйтесь лекционными материалами и рекомендованной литературой;

б) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочтите вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выберите правильные (их может быть несколько);

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.

д) если Вы встретили чрезвычайно трудный для Вас вопрос, не тратьте много времени на него, переходите к другим тестам, вернитесь к трудному вопросу в конце.

е) обязательно оставьте время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену

На экзамене определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения.

Подготовка к экзамену – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи экзамена является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины. Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к экзамену, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность. Готовясь к экзамену, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий.

При подготовке к экзамену воспользуйтесь основной и дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, а так же интернет-источниками рекомендованными в рамках данной дисциплины.

При подготовке к экзамену важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к экзамену студенты также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение семестра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к экзамену во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на экзамен, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить

приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель экзамена — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации по профессиональной деятельности. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение семестра.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Контроль освоения компетенций

Таблица 6.3

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	2	3	4
1	Проверка творческих заданий	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия. Тема 2. Исследования в работе дизайнера. Тема 4. Дизайн упаковки. Тема 5. Оформление точек продаж Тема 6. Дизайн события.	СПК-3
2	Отчет и защита лабораторных работ.	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия. Тема 2. Исследования в работе дизайнера. Тема 3. Инфографика в рекламе. Тема 4. Дизайн упаковки. Тема 5. Оформление точек продаж Тема 6. Дизайн события. Тема 7. Портфолио: рекламного агентства и рекламного дизайнера.	ПК-8, СПК-3
4	Итоговый тест	Тема 1. Рекламный и графический дизайн: основные понятия. Тема 2. Исследования в работе дизайнера. Тема 3. Инфографика в рекламе. Тема 4. Дизайн упаковки. Тема 5. Оформление точек продаж Тема 6. Дизайн события. Тема 7. Портфолио: рекламного агентства и рекламного дизайнера.	ПК-8, СПК-3

Демонстрационный вариант теста:

1. Инфографика это:

- a) круговые диаграммы
- b) графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию;
- c) информация о графических материалах.

2. К функциям упаковки не относятся:

- a) информационная;
- b) имидживая;
- c) деманстрационная.

3. Воблер это:

- a) рекламный элемент любой формы, напечатанный на бумаге и вырубленный, одна из разновидностей печатной рекламы, относится к рекламным POS-материалам;
- b) элемент дизайна упаковки;
- c) вид шрифтовой композиции.

Вопросы и задания к экзамену

Вопросы для проверки уровня обученности «Знать»:

1. Понятие дизайна, его функции и задачи.
2. Дизайн как визуальный язык.
3. Управление дизайн-проектами.
4. Управление работой творческой команды.
5. Традиционные, адаптированные и инновационные методы исследования в дизайне.
6. Применение количественных и качественных методов исследования в рекламном дизайне.
7. История инфографики.
8. Определение понятия «упаковка» и «этикетка». Функции упаковки.
9. Этапы разработки дизайна упаковки.
10. Упаковка как визуальная коммуникация бренда.
11. Дизайн события: основные понятия, цели и задачи.
12. Нестандартные приемы и носители при работе над дизайном события.
13. Оценка эффективности коммуникативной составляющей упаковки.
14. Дизайн POS-материалов.
15. Сценарии процесса покупки в различных типах точек продаж и взаимодействие покупателей с визуальными коммуникациями.
16. Дизайн входной группы.
17. Магазин как точка контакта бренда с целевой аудиторией.
18. Презентация и сдача дизайн-проекта.
19. Портфолио рекламного агентства.
20. Портфолио дизайнера.

Вопросы для проверки уровня обученности «Уметь»:

1. Охарактеризуйте специфику сдачи и презентации дизайн-проекта заказчику.
2. Выделите этапы дизайн-проекта.
3. Оцените роль инфографики в рекламном дизайне.
4. Выделите этапы работы над проектом по созданию инфографики.
5. Охарактеризуйте элементы дизайна события.
6. Охарактеризуйте методы исследования в дизайне.
7. Составьте программу исследования дизайна упаковки.
8. Составьте программу исследования визуальных коммуникаций бренда в местах продаж.
9. Составьте структуру портфолио РА.
10. Составить бриф на дизайн-проект.

Вопросы для проверки уровня обученности «Владеть»:

1. Создайте дизайн-макет воблера.
2. Создайте дизайн-макет мобайла.
3. Создайте дизайн-макет шелфтокера.
4. Создайте дизайн-макет нехенгера.
5. Разработайте типовую страницу портфолио рекламного агентства.
6. Создайте эскиз информационной графики.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

дисциплины

а) основная литература

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 176 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-9776-0288-4. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=555729>
2. История и теория дизайна/Смирнова Л.Э. - Красноярск.: СФУ, 2014. - 224 с.: ISBN 978-5-7638-3096-5 Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=550383>

б) дополнительная литература

1. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография/И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9776-0373-7, 150 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=518529>
2. Компьютерная графика и web-дизайн: Учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с. + CD-ROM: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет, cd rom) ISBN 978-5-8199-0593-7, 500 экз. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=458966>
3. Кэтмелл, Э. Корпорация гениев: Как управлять командой творческих людей [Электронный ресурс] / Эд Кэтмелл, Эми Уоллес; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 343 с. - ISBN 978-5-9614-4820-7. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=519861>
4. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А. П. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 80 с.: 70x100 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-905554-05-6. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=557015>
5. Шпаков, П. С. Основы компьютерной графики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. С. Шпаков, Ю. Л. Юнаков, М. В. Шпакова. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. – 398 с. - ISBN 978-5-7638-2838-2. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=507976>

в) интернет-ресурсы

1. Блог графического дизайнера. Все о дизайне и для дизайнера.– <http://www.adamovna.ru>
2. Интернет портал о дизайне The Dieline.– www.thedieline.com
3. Интернет портал о дизайне UCREATIVE.– www.ucreative.com
4. Интернет портал о дизайне логотипов Logobaker.– <https://logobaker.ru>
5. Интернет портал о дизайне логотипов LOGODESIGNLOVE. – www.logodesignlove.com
6. Интернет портал о дизайне логотипов Logopond10.– <http://logopond.com>
7. Интернет портал об истории и дизайне шрифтов. – Паратайп <http://paratype.ru>
8. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR.– Sostav www.sostav.ru

9. Интернет-журнал о рекламном дизайне «Дежурка дизайн-журнал номер один». – <http://dejurka.ru>
10. Интернет-портал о рекламе DESIGNGU.– <http://designgu.ru>
11. Научная электронная библиотека ELIBRARY <http://elibrary.ru>
12. Официальный сайт компании Adobe.– www.adobe.ru
13. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Рекламный дизайн»

Для обеспечения курса «Рекламный дизайн» используются следующие материально-технические средства:

1. Для занятий лекционного типа аудитории с комплектом учебной мебели, проектор и ноутбук для проведения различных видов занятий с использованием мультимедийных средств обучения.
2. Учебная аудитория для проведения лабораторных занятий, укомплектованная специализированной мебелью, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду ПГУ.
3. Для самостоятельной работы аудитории, оснащенные компьютерной техникой, с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС ПГУ.
4. Программное обеспечение:
 - лицензионное ПО:
 - «MicrosoftWindows» (подписка DreamSpark / MicrosoftImagineStandart); регистрационный номер 00037 FFEVACF 8 FD7, договор № СД-130712001 от 12.07.2013;
 - «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);
 - «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);
 - «Антивирус Касперского» 2016-2017, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № ХП – 567116 от 29.08.2016;
 - «Антивирус Касперского» 2017-2018, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № 030-17-223 от 22.11.2017;
 - свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Fire-fox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader; Inkscape, GIMP 2.8.

Рабочая программа дисциплины « Рекламный дизайн » составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Программу составил:
Старший преподаватель
Доцент, к.с.н.



Е.В. Мурунова
М.К. Карпова

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры «ФСК»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой
д. филос. н. доцент



Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «6» сентября 2016 года

Председатель методической комиссии
Юридического факультета
д.ю.н., профессор



Г.Б. Романовский

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год и
регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			заменен- ных	новых	аннулиро- ванных
2017 - 2018	№р. №1 от 31.08.2017 <i>[подпись]</i>	без изменений			
2018 - 2019	№р. №1 от 1.09.2018 <i>[подпись]</i>	без изменений			
2019 - 2020	№р. №1. от 2.09.2019 <i>[подпись]</i>	изменен стиль лит-ры	15, 16		

На основании приказа ректора № 929/0 от 30.08.2019г. Юридический факультет переименован в Юридический институт.