


УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
 А.И. Ковалева  
«22» октября 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
«ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

**Б1.В.ДВ.6.2**

**Направление подготовки – 54.03.01 «Дизайн»**

**Профиль подготовки – «Графический дизайн»**

**Квалификация выпускника – бакалавр**

**Форма обучения – очная, очно-заочная**

Кафедра дизайна

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профилю – «Графический дизайн» и рабочими учебными планами, утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

**Автор:** Алексеева И. А. – к.ист.н., доцент, заведующий кафедрой дизайна Московского гуманитарного университета

**Эксперт:** Васильев А. А. – профессор, заведующий кафедрой художественного проектирования предметно-пространственной среды, декан художественно-технологического факультета Российского государственного университета туризма и сервиса, член Союза художников РФ

#### **ОБСУЖДЕНО**

на заседании кафедры дизайна  
«04» октября 2018 г., протокол № 3.

#### **ОДОБРЕНО**

Методической комиссией факультета рекламы, журналистики и дизайна  
«12» октября 2018 г., протокол № 2.

## **1. Цели и задачи дисциплины**

Целями изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» являются формирование у обучающихся знаний законов построения дизайна в рекламе на основе примеров из реальной жизни, подготовить дизайнеров к работе и взаимодействию с другими рекламными профессиями.

Основными задачами дисциплины являются:

– дать обучающимся общее представление об инструментарии для медиапланирования: анализа рыночной ситуации, технологии выбора рекламных носителей;

– ознакомить обучающихся с новыми методами, новым опытом и новыми эффективными решениями в сфере дизайна и рекламных технологий;

– освоить методы и принципы проектирования средств графической информации и визуальной коммуникации, посредством анализа исходных данных, моделирования функциональных ситуаций, учета факторов, влияющих на пользователя графического объекта.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к вариативной части дисциплин блока 1 «Дисциплины (модули)» по направлению 54.03.01 «Дизайн».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися при изучении дисциплин, таких как «История графического дизайна и рекламы», «Пропедевтика», «Основы производственного мастерства».

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является предшествующей для изучения дисциплин «Проектирование», «Организация проектной деятельности».

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины**

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль – «Графический дизайн».

Процесс изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-3 – способность обладать начальными профессиональными навыками скульптора, приемами работы в макетировании и моделировании;

ПК-3 – способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств;

ПК-6 – способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

– цели, задачи и средства рекламной деятельности;

- основы композиции в графическом дизайне;
- основы методологии проектирования в графическом дизайне.

**Уметь:**

- решать основные типы проектных задач;
- оперировать современными рекламными технологиями;
- применять понятие стиля в современной рекламе.

**Владеть:**

- навыками создания рекламного сообщения;
- навыками, методами и технологиями макетирования;
- профессиональными навыками работы с различными современными рекламными технологиями в области графического дизайна.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

##### 4.1. Структура дисциплины

###### 4.1.1 Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	7 семестр
		72 часа
Аудиторные занятия (всего)	36	36
Занятия лекционного типа	-	-
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	36	36
Самостоятельная работа (всего)	36	36
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет

###### 4.1.2 Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	9 семестр
		72 часа
Аудиторные занятия (всего)	20	20
Занятия лекционного типа	-	-
Занятия семинарского типа (практич., семин., лаборат. и др.)	20	20
Самостоятельная работа (всего)	52	52
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)		Зачет

## 4.2. Учебно-тематический план дисциплины

### 4.2.1 Очная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося	
			Всего	в том числе			
		Лекции		Практич. занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение. Общетеоретические проблемы психологии рекламы	4	2		2	2	ОПК-3
2	Определение рекламы. Функции рекламы	4	2		2	2	ПК-3
3	Примеры работы в команде	8	4		4	4	ПК-6
4	Выбор продукта или услуги	8	4		4	4	ОПК-3
5	Стратегия создания рекламного сообщения	8	4		4	4	ПК-6
6	Процесс разработки концепции продукта	8	4		4	4	ОПК-3
7	Мотивация	8	4		4	4	ПК-6
8	Рекламный текст. Правила создания	8	4		4	4	ПК-3
9	Правила размещения элементов в рекламе	8	4		4	4	ПК-6
10	Композиционные схемы	8	4		4	4	ОПК-3
	<b>Зачет</b>						
	<b>Всего 7 семестр</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>36</b>		<b>36</b>	<b>36</b>	

### 4.2.2 Очно-заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела/темы	Часов по учебной (рабочей) программе					Отрабатываемые компетенции
		Всего в уч. плане по разделу /теме	Аудиторная работа			Самостоятельная работа обучающегося	
			Всего	в том числе			
		Лекции		Практич. занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Введение. Общетеоретические проблемы психологии рекламы	6	2		2	4	ОПК-3
2	Определение рекламы. Функции рекламы	6	2		2	4	ПК-3
3	Примеры работы в команде	6	2		2	4	ПК-6
4	Выбор продукта или услуги	6	2		2	4	ОПК-3
5	Стратегия создания рекламного сообщения	8	2		2	6	ПК-6
6	Процесс разработки концепции продукта	8	2		2	6	ОПК-3
7	Мотивация	8	2		2	6	ПК-6

8	Рекламный текст. Правила создания	8	2		2	6	ПК-3
9	Правила размещения элементов в рекламе	8	2		2	6	ПК-6
10	Композиционные схемы	8	2		2	6	ОПК-3
	<b>Зачет</b>						
	<b>Всего 9 семестр</b>	<b>72</b>	<b>20</b>		<b>20</b>	<b>52</b>	
	<b>Итого</b>	<b>72</b>	<b>20</b>		<b>20</b>	<b>52</b>	

### 4.3. Содержание дисциплины

**Раздел 1. Введение. Общетеоретические проблемы психологии рекламы (практическое занятие).** Психологические аспекты рекламного воздействия. Качественные уровни рекламы. Определение рекламы. Функции рекламы: маркетинговая, коммуникативная, социальная, идеологическая. Реклама и PR. Виды рекламы.

**Раздел 2. Определение рекламы. Функции рекламы (практическое занятие).** Маркетинговая, коммуникативная, социальная, идеологическая функции рекламы. Реклама и PR. Виды рекламы.

**Раздел 3. Примеры работы в команде (практическое занятие).** Задачи тренингов. Примеры рекламных кампаний.

**Раздел 4. Выбор продукта или услуги (практическое занятие).** Определение конкурентов на рынке. Обозначение рекламного образа.

**Раздел 5. Стратегия создания рекламного сообщения (практическое занятие).** Разработка образа. Порядок создания рекламного сообщения.

**Раздел 6. Процесс разработки концепции продукта (практическое занятие).** Целевая аудитория. Сегментирование. Стереотипы. Виды рекламы в метро. Сроки размещения. Цены. Требования на материалы. Примеры готовых макетов. Виды наружной рекламы и их основные характеристики (практическое занятие).

**Раздел 7. Мотивация (практическое занятие).** Виды мотивации в рекламных сообщениях. Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна. Специфика и принципы композиционного построения рекламного плаката. Социальный плакат.

**Раздел 8. Рекламный текст. Правила создания (практическое занятие).** Иллюстрации в рекламе. Место, размер иллюстрации в объявлении. Диагонали чтения. Выбор рекламной иллюстрации для различных задач Разбор рекламы и дизайн-ошибок.

**Раздел 9. Правила размещения элементов в рекламе (практическое занятие).** Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера. Формирование корпоративного стиля. Концептуальные стилиобразующие элементы (логотип, товарный знак, марка и т. п.) Комплексная разработка фирменного стиля. Проектирование средств визуальной коммуникации.

**Раздел 10. Композиционные схемы (практическое занятие).** Типы баланса в графическом дизайне – использование каждого типа в рекламе. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы. Правила передачи движения. Правила передачи покоя.

**5. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

**5.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**Компетенции, закрепленные за дисциплиной ОП ВО:**

*а) общепрофессиональная компетенция (ОПК):*

ОПК-3 – способность обладать начальными профессиональными навыками скульптора, приемами работы в макетировании и моделировании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** цели, задачи и средства рекламной деятельности.

**Уметь:** решать основные типы проектных задач.

**Владеть:** навыками создания рекламного сообщения.

*б) профессиональные компетенции (ПК):*

ПК-3 – способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основы композиции в графическом дизайне.

**Уметь:** оперировать современными рекламными технологиями.

**Владеть:** навыками, методами и технологиями макетирования.

ПК-6 – способность применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основы методологии проектирования в графическом дизайне.

**Уметь:** применять понятие стиля в современной рекламе.

**Владеть:** профессиональными навыками работы с различными современными рекламными технологиями в области графического дизайна.

**Схема фонда оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, отражающая этапы формирования компетенций, проводимой в форме зачета**

<b>№ п/п</b>	<b>Раздел (тема) рабочей программы</b>	<b>Контролируемые компетенции</b>	<b>Оценочное средство</b>
1	2	3	4
1	Р 1. Введение. Общетеоретические проблемы психологии рекламы	ОПК-3	№№ зач. билетов: 1,2 тренинг №1 типовое задание №1
2	Р 2. Определение рекламы. Функции рекламы	ПК-3	№№ зач. билетов: 3,4 тренинг №2 типовое задание №2
3	Р 3. Примеры работы в команде	ПК-6	№№ зач. билетов: 5,6 тренинг №3

			типовое задание №3
4	Р 4. Выбор продукта или услуги	ОПК-3	№№ зач. билетов: 7,8 тренинг №4 типовое задание №4
5	Р 5. Стратегия создания рекламного сообщения	ПК-6	№№ зач. билетов: 9,10 тренинг №5 типовое задание №5
6	Р 6. Процесс разработки концепции продукта.	ОПК-3	№№ зач. билетов: 11,12 тренинг №6 типовое задание №6
7	Р 7. Мотивация	ПК-6	№№ зач. билетов: 13,14 тренинг №7 типовое задание №7
8	Р 8. Рекламный текст. Правила создания	ПК-3	№№ зач. билетов: 15,16 практ. раб. в группе №1 типовое задание №8
9	Р 9. Правила размещения элементов в рекламе	ПК-6	№№ зач. билетов: 17,18 практ. раб. в группе №2 типовое задание №9
10	Р 10. Композиционные схемы	ОПК-3	№№ зач. билетов: 19-22 практ. раб. в группе №3 типовое задание №10

## 5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Код компетенции	Показатели компетенции(ий)	Критерий оценивания	Шкала оценивания
1	2	3	4
ОПК-3	<b>Знать:</b> цели, задачи и средства рекламной деятельности.	Показывает глубокие знания, грамотно излагает ответ, полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. Показывает глубокие знания, достаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности. Показывает недостаточные знания, недостаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные.	Зачтено



1	2	3	4
		Показывает недостаточные знания, не способен аргументированно и последовательно излагать материал, допускает грубые ошибки, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.	Не зачтено
	<b>Уметь:</b> решать основные типы проектных задач.	Умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, способен формулировать выводы, может предложить альтернативные решения анализируемых проблем. Умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, но не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем. Недостаточно умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.	Зачтено
		Не умеет решать практические задачи.	Не зачтено
	<b>Владеть:</b> навыками создания рекламного сообщения.	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности. Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, но затрудняется оценить результат своей деятельности. Недостаточно владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, затрудняется оценить результат своей деятельности.	Зачтено
		Отсутствие навыков.	Не зачтено

1	2	3	4
ПК-3	<p><b>Знать:</b> основы композиции в графическом дизайне.</p>	<p>Показывает глубокие знания, грамотно излагает ответ, полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные.</p> <p>Показывает глубокие знания, достаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности.</p> <p>Показывает недостаточные знания, недостаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные.</p>	Зачтено
		<p>Показывает недостаточные знания, не способен аргументированно и последовательно излагать материал, допускает грубые ошибки, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.</p>	Не зачтено
	<p><b>Уметь:</b> оперировать современными рекламными технологиями.</p>	<p>Умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, способен формулировать выводы, может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.</p> <p>Умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, но не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.</p> <p>Недостаточно умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.</p>	Зачтено
		<p>Не умеет решать практические задачи.</p>	Не зачтено

1	2	3	4
	<b>Владеть:</b> навыками, методами и технологиями макетирования.	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности. Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, но затрудняется оценить результат своей деятельности. Недостаточно владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, затрудняется оценить результат своей деятельности.	Зачтено
		Отсутствие навыков.	Не зачтено
ПК-6	<b>Знать:</b> основы методологии проектирования в графическом дизайне.	Показывает глубокие знания, грамотно излагает ответ, полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. Показывает глубокие знания, достаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности. Показывает недостаточные знания, недостаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные.	Зачтено
		Показывает недостаточные знания, не способен аргументированно и последовательно излагать материал, допускает грубые ошибки, неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.	Не зачтено
	<b>Уметь:</b> применять понятие стиля в современной рекламе.	Умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, способен формулировать выводы, может предложить альтернативные решения анализируемых проблем. Умеет применять полученные знания для решения конкретных	Зачтено

1	2	3	4
		<p>практических задач, но не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.</p> <p>Недостаточно умеет применять полученные знания для решения конкретных практических задач, не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем.</p>	
		Не умеет решать практические задачи.	Не зачтено
	<b>Владеть:</b> профессиональными навыками работы с различными современными рекламными технологиями в области графического дизайна.	<p>Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, но затрудняется оценить результат своей деятельности.</p> <p>Недостаточно владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, затрудняется оценить результат своей деятельности.</p>	Зачтено
		Отсутствие навыков.	Не зачтено

### 5.3. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине

#### 5.3.1. Комплект типовых заданий

№ п/п	Раздел (тема) рабочей программы	Содержание типовых заданий
1	2	3
1	Р 1. Введение. Общетеоретические проблемы психологии рекламы	Изучение типологии рекламных объектов как объектов графического дизайна. Понятие метафорики – как одной из важнейших функций современного графического дизайна.
2	Р 2. Определение рекламы. Функции рекламы	Совместная деятельность обучающихся по поиску варианта решения темы графической композиции.
3	Р 3. Примеры работы в	Совместная деятельность обучающихся

1	2	3
	команде	в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы. Подбор и обсуждение материалов по теме.
4	Р 4. Выбор продукта или услуги	Элементы (компоненты) фирменного стиля. Классификация элементов фирменного стиля. Корпоративные – фирменные шрифты и фирменные цвета проекта.
5	Р 5. Стратегия создания рекламного сообщения	Изучение основных методов, принципов и приемов композиционной организации обложки и листов плаката.
6	Р 6. Процесс разработки концепции продукта.	Разработка афиши. Обучение в электронной образовательной среде – приобретения практических и теоретических навыков.
7	Р 7. Мотивация	Подбор и обработка материала. Приемы создания элементов входной группы и витринных пространств.
8	Р 8. Рекламный текст. Правила создания	Приобретение практических навыков работы над цветовым решением знака, логотипа. Поиск образного решения узнаваемого логотипа. Подбор шрифтов для логотипа.
9	Р 9. Правила размещения элементов в рекламе	Теоретическое и практическое изучение обучающимися нового материала в ходе аудиторных занятий (плакаты – поиски образного решения).
10	Р 10. Композиционные схемы	Приобретение практических навыков работы по проектированию наружной рекламы.

### 5.3.2. Вопросы к зачету

1. Реклама.
2. Дизайн.
3. Визуальная коммуникация.
4. Рекламная кампания.
5. Рекламный образ.
6. Целевая аудитория.
7. Сегментирование.
8. Стереотипы.
9. Мотивация.
10. Копирайт.

11. Слоган.
12. Логотип.
13. Рекламный текст.
14. Композиция.
15. Диагональ чтения.
16. Макет.
17. Проектирование.
18. Фирменный стиль.
19. Товарный знак.
20. Плакат.
21. Фокус-группа.
22. Типология объектов графического дизайна.

### **5.3.3. Тематика практических работ в группах**

1. Групповая дискуссия по разработке символики для мероприятия (логотип, текст-слоган, фирменный стиль).
2. Разработка творческого проекта группового дизайна буклета как рекламоносителя.
3. Разработка творческого проекта группового дизайна рекламного плаката как рекламоносителя.

### **5.3.4. Тематика тренингов**

1. Практический кейс: подбор материалов для создания графической композиции «Элемент-пространство».
2. Практический кейс: подборка материалов для создания объемной композиции «Элемент-пространство».
3. Деловая игра: упражнения на поиск самовыражения через различные известные явления и понятия в графической форме.
4. Деловая игра: упражнения на поиск системы контрастов и нюансов в знаке.
5. Деловая игра: упражнения на поиск статики и динамики.
6. Деловая игра: упражнения на поиск цвета фактуры.
7. Компьютерная симуляция: имитация создания знаков визуальных коммуникаций: иконического и знака-индекса.
8. Практический кейс: подбор материалов для создания единого графического и стилевого решения.
9. Практический кейс: подбор графических материалов для объекта – носителя.
10. Компьютерная симуляция: имитация разработки товарного знака для реального предприятия, фирмы.

#### **5.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков**

Общепрофессиональная компетенция ОПК-3 отрабатывается в процессе выполнения самостоятельной работы и практических занятий в форме тренингов (кейсы, деловые игры, компьютерные симуляции),

Профессиональные компетенции ПК-3, ПК-6 отрабатываются в процессе практической работы в группах (разработка информационных и творческих проектов, групповые дискуссии), а также в процессе выполнения самостоятельной работы и практических занятий в форме разработки целевых проектов, создания презентаций, а также в форме решения ситуационных задач по заданным темам.

Текущая аттестация проводится в следующих формах:

- 1) защита практических работ, выполняемых на занятиях;
- 2) защита самостоятельных работ;
- 3) выполнения тестовых заданий;
- 4) выполнения контрольных работ;
- 5) оценки участия обучающихся в свободной дискуссии.

Промежуточная аттестация – устный зачет по курсу в конце седьмого семестра для очной формы обучения и устный зачет по курсу в конце девятого семестра для очно-заочной формы обучения.

#### **Критерии оценки знаний обучающихся**

Оценкой «зачтено» аттестуется обучающийся, полностью овладевший программным материалом или точно и полно выполнивший практические задания. При этом он проявляет самостоятельность в суждениях, умение представить тезисный план ответа; владение теорией, умение раскрыть содержание проблемы; свободное оперирование научным аппаратом, умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, апеллировать к источникам. Обучающийся, опираясь на межпредметные связи, показывает способность связать научные положения с будущей практической деятельностью; умение делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагать ответ на вопрос. Оценка «зачтено» также ставится, если обучающийся овладел программным материалом, умеет оперировать основными категориями и понятиями изучаемой отрасли знаний, но самостоятельность суждений, знание литературы у него более ограничены. Он умеет представить план ответа; владеет теорией, раскрывающей проблему; умеет иллюстрировать основные теоретические положения конкретными примерами и практики. Вместе с тем допускает ошибки в ходе ответа на вопросы. Умеет делать аргументированные выводы; уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает ответ на вопрос. Оценка «зачтено» также ставится обучающемуся, который в основном знает материал программы, в целом верно выполнил задания, но знания его неполны и поверхностны, самостоятельные суждения отсутствуют. Обучающийся имеет представление о требованиях практики в своей профессиональной области, знает основную литературу, обладает необходимыми умениями. Может оперировать основными понятиями и категориями изучаемой науки, но

допускает ошибки в ответе, обнаруживает пробелы в знаниях. Умеет делать выводы; грамотно излагает ответ на вопрос.

Оценка «не зачтено» ставится, если обучающийся демонстрирует незнание или непонимание учебного материала, не владеет навыками, овладение которыми предусмотрено программой дисциплины, не может выполнить предложенных заданий, не знаком с основной рекомендованной литературой. Это проявляется в отсутствии плана ответа, существенных ошибках при изложении материала, трудностях в практическом применении знаний, неумении сформулировать выводы.

## **6. Методические рекомендации преподавателям по технологии реализации дисциплины**

По учебному курсу преподавателю целесообразно использовать следующие образовательные технологии:

– средства активизации познавательной и инновационной деятельности обучающихся: обучение в сотрудничестве (разделы 1, 2, 5); проблемное обучение (разделы 4, 6, 7); межпредметная интеграция (разделы 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7);

– современные и новые технологии организации учебного процесса: компьютерные игровые технологии, основанные на принципах моделирования (разделы 5, 6); групповые технологии (разделы 1, 2); технология модульного обучения (разделы 4, 7); технология проектного обучения (раздел 7);

– научно-инновационные технологии: работа с Интернет-ресурсами (все разделы); локальные и сетевые образовательные технологии дистанционного обучения (все разделы); информационно-коммуникационные технологии (все разделы).

Практические занятия по дисциплине проводятся с целью обучения использованию профессиональных приемов работы, предназначенных для повышения эффективности решения практических задач на рабочем месте дизайнера.

План проведения практических занятий предполагает самостоятельную подготовку обучающегося к каждому занятию по заданию преподавателя. Частью такой подготовки является выполнение заданий, выдаваемых преподавателем на самостоятельную работу. Самостоятельная работа – важная составляющая часть высшего образования. Ее организация во многом определяет эффективность учебного процесса и способствует выработке навыков самообразования. Самостоятельная работа включает подготовку обучающихся к практическим занятиям и экзамену.

## **7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» ориентирована на применение обучающимися освоенных технологий в будущей профессиональной деятельности дизайнера и непосредственно в образовательном процессе с целью повышения его эффективности и качества. В ходе изучения курса «Дизайн и рекламные технологии», с учетом его объема и формулируемых его целей и задач, обучающимся следует уделять особое внимание следующим вопросам:



психологические аспекты рекламного воздействия; маркетинговая, коммуникативная, социальная, идеологическая функции рекламы; обозначение рекламного образа; виды наружной рекламы и их основные характеристики; иллюстрации в рекламе; правила размещения элементов в рекламе; типы баланса в графическом дизайне.

Сдача зачета предполагает индивидуальное выполнение итогового задания, выдаваемого преподавателем с учетом текущей успеваемости и посещаемости занятий обучающимися.

### **Примерные задания к зачету**

1. Графическая композиция «Элемент-пространство». А4, 1 работа.
2. Объемная композиция «Элемент-пространство». А4, 1 работа.
3. Упражнения на поиск самовыражения через различные известные явления и понятия в графической форме. А4, 3-4 работы.
4. Упражнения на поиск системы контрастов и нюансов в знаке. А4, 3-4 работы.
5. Упражнения на поиск статики и динамики. А4, 2-3 работы.
6. Упражнения на поиск цвета фактуры. А4, 2-3 работы
7. Знаки визуальных коммуникаций: иконический и знак индекс. А4, 1-2 работы.
8. Создание единого графического и стилевого решения. А3, 1-2 работы.
9. Графика для объекта носителя. А4, А3, 1-2 работы.
10. Разработка товарного знака для предприятия, фирмы. А4, А3, 1-2 работы.
11. Фирменный стиль компании: логотип, текст-слоган. Серия графических листов. А4, А3, 2-3 работы.
12. Фирменный стиль компании: символика для мероприятия. Серия графических листов. А4, А3, 2-3 работы.
13. Разработка рекламоносителей: буклет. А3, 2-3 работы.
14. Рекламный плакат. А2, 1 работа.

## **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)**

### **а) Основная литература:**

1. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Васильева. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 102 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>

### **б) Дополнительная литература:**

1. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама. 2-е изд.: практическое пособие / Бердышев С. Н. Изд-во: Дашков и К, 2012. 315 с. (<http://www.iprbookshop.ru5993>)

2. Марусева И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование). Изд-во: Вузовское образование, 2016. (<http://iprbookshop.ru/38999>)

3. Сурова Н. Ю. Проектный менеджмент в социальной сфере и дизайн-мышление. Изд-во: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. (<http://iprbookshop.ru/34501>)

#### **в) Информационное обеспечение и базы данных**

1. Базы данных Федерального государственного учреждения культуры Российская библиотека искусств – <http://liart.ru/ru/pages/eresorses/bd>.

2. Информационный портал Музеи мира и их коллекции – <http://www.museum.ru/wm>.

3. Информационный портал Музеи России – <http://www.museum.ru>.

4. Базы данных Российской национальной библиотеки – <http://nlr.ru/res/bd>.

5. Поисковые системы Internet: Yandex, Rambler, Google.

#### **ЭБС, к которым имеют доступ обучающиеся (на договорной основе)**

1. <http://www.biblio-online.ru/> ЭБС издательства «Юрайт» - Электронно-библиотечная система, коллекция электронных версий книг.

2. <http://www.iprbookshop.ru/> - ЭБС IPR BOOKS - Современный ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса в МосГУ.

### **9. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

По учебному курсу в целом используется материально-техническое обеспечение: специализированные аудитории с мультимедийным комплексом для проведения лекционных занятий и следующим программным обеспечением: программный комплекс Windows, редактор для создания и демонстрации электронных презентация MS Power Point; а также специализированные компьютерные классы с программным обеспечением: Quack Xpress, MS Windows, MS Office, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw.

Помещения для самостоятельной работы студентов: читальный зал библиотеки МосГУ, аудитории №107, №514, №417, №225 (3 учебный корпус), аудитория №16 (1 учебный корпус), аудитория №311 (учебный корпус В), аудитория №35 (2 учебный корпус), укомплектованные специализированной мебелью и оснащенный компьютерной техникой с возможностью выхода в Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

В Университете созданы специальные условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающимися с ограниченными возможностями здоровья. Имеются учебные аудитории, предназначенные для проведения всех видов учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

## **10. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн и «Положением об обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет» от 30.05.2018 г.

Подбор и разработка учебных материалов для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом их индивидуальных особенностей.

Предусмотрена возможность обучения по индивидуальному графику.