

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное учреждение  
высшего профессионального образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Отделение татарской филологии и культуры имени Габдуллы Тукая



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор  
по образовательной деятельности КФУ  
Проф. Минзарипов Р.Г.

" \_\_\_ " \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**Программа дисциплины**

Дизайн рекламы БЗ.ДВ.13

Направление подготовки: 050100.62 - Педагогическое образование

Профиль подготовки: Изобразительное искусство и иностранный (английский) язык

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

**Автор(ы):**

Еманова Ю.Г. , Яо М.К.

**Рецензент(ы):**

Явгильдина З.М.

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий(ая) кафедрой: Салахов Р. Ф.

Протокол заседания кафедры No \_\_\_ от " \_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Учебно-методическая комиссия Института филологии и межкультурной коммуникации  
(отделение татарской филологии и культуры имени Габдуллы Тукая):

Протокол заседания УМК No \_\_\_ от " \_\_\_ " \_\_\_\_\_ 201\_\_ г

Регистрационный No

Казань  
2015

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Еманова Ю.Г. Кафедра дизайна и национальных искусств отделение татарской филологии и культуры им.Г.Тукая , Juliaana.Emanova@kpfu.ru ; доцент, к.н. (доцент) Яо М.К. Кафедра дизайна и национальных искусств отделение татарской филологии и культуры им.Г.Тукая , Mihail.Yao@kpfu.ru

### 1. Цели освоения дисциплины

Курс "Дизайн рекламы" представляет собой звено среди предметов профессиональной подготовки, в котором дается методологическая основа для понимания сущности рекламы, принципов её создания и понимания целевого назначения. Курс направлен на специализацию знаний о дизайне, практическое применение и интерпретацию знаний, полученных на предметах "Основы композиции", "Цветоведение", "Формообразование". Полученные знания расширяют и углубляют представления о визуальной сущности дизайна. Цель дисциплины сформировать представление о специфике выразительных средств визуальной рекламы. Задачей является теоретическое знакомство с рекламой с позиций теории коммуникации и маркетинга, раскрытие функционального назначения рекламы визуальными средствами.

### 2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.13 Профессиональный" основной образовательной программы 050100.62 Педагогическое образование и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел вариативной части профессионального цикла (Б 3.3/в. 14). Осваивается на первом курсе (1 семестр).

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
СК-1	Готов к анализу и интерпретации художественных произведений, стилей, жанров и направлений мирового изобразительного искусства
СК-2	Владеет представлениям об основных этапах, направлениях развития отечественного изобразительного искусства, способен устанавливать параллели с эволюцией западно-европейского искусства
СК-3	Готов к толерантному и уважительному отношению к историческому наследию и художественно-культурным традициям русского, татарского и других народов, участию в разработке и проведении художественных выставок, к творческой работе в многонациональном коллективе (
СК-4	Готов к созданию высокохудожественных творческих работ с использованием различных художественных материалов, образцов, изделий народного декоративно-прикладного искусства

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- элементы фирменного стиля;
- специфику визуального языка рекламы: особенности композиции, цвета, формы;
- соотношение иллюстрации и текста в рекламе;

- методы кодирования в рекламе;
- выразительные особенности различных носителей рекламы.

2. должен уметь:

- формировать рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней;
- создавать оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.

3. должен владеть:

Навыками творческого обобщения полученных знаний, для воплощения их в работе над дизайн-проектом, используя оптимальные методы кодирования информационной, эмоциональной и экспрессивной составляющих рекламы.

Применять полученные знания в разработке визуальной рекламы.

#### 4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

#### 4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

##### Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	7	1	3	2	0	
2.	Тема 2. Реклама и теория коммуникации.	7	2	2	2	0	
3.	Тема 3. Фирменный стиль.	7	3	2	2	0	
4.	Тема 4. Товарный знак.	7	4	2	2	0	

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
5.	Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.	7	5	2	2	0	
6.	Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.	7	6	2	2	0	
7.	Тема 7. Размер иллюстрации.	7	7	2	2	0	
8.	Тема 8. Форма рекламного обращения	7	8	2	2	0	
9.	Тема 9. Содержание иллюстрации.	7	9	2	2	0	
10.	Тема 10. Представление визуальной информации.	7	10	2	2	0	
11.	Тема 11. Функции цвета в рекламе.	7	11	3	2	0	
12.	Тема 12. Композиция в рекламе.	7	12	2	2	0	
13.	Тема 13. Шрифт в рекламе.	7	13	2	2	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			28	26	0	

#### 4.2 Содержание дисциплины

##### Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

###### *лекционное занятие (3 часа(ов)):*

Функции рекламы. Закон РФ ?О рекламе?. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.

###### *практическое занятие (2 часа(ов)):*

Разработка основных элементов фирменного стиля. Цель: изучить требования к элементам фирменного стиля и разработать элементы фирменного стиля: логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

##### Тема 2. Реклама и теория коммуникации.

###### *лекционное занятие (2 часа(ов)):*

Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Разработка основных элементов фирменного стиля. Цель: изучить требования к элементам фирменного стиля и разработать элементы фирменного стиля: логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

**Тема 3. Фирменный стиль.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Функции фирменного стиля. Брендинг. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Разработка основных элементов фирменного стиля. Цель: изучить требования к элементам фирменного стиля и разработать элементы фирменного стиля: логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

**Тема 4. Товарный знак.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Требования к товарному знаку. Закон РФ ?О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара?. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Разработка основных элементов фирменного стиля. Цель: изучить требования к элементам фирменного стиля и разработать элементы фирменного стиля: логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

**Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.**

**лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.



### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: разработать объявление в соответствии с диагональю чтения, оптическим центром и рассмотреть возможные варианты расположения иллюстрации и текста.

Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листовки/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

### **Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: изучить выразительные возможности и разработать рекламное объявление с использованием фотографии, рисунка, представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы, заголовка, карты, логотипа, символов, коллажа.

Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листовки/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

### **Тема 7. Размер иллюстрации.**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Соотношение основных и второстепенных элементов.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: определить соотношение основных и второстепенных элементов в рекламном объявлении. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листовки/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

### **Тема 8. Форма рекламного обращения**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Особенности восприятия различных геометрических форм. Особенности сочетаемости различных геометрических форм. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: изучить особенности восприятия различных геометрических форм, особенности сочетаемости различных геометрических форм, формы связанные с содержанием рекламы по смыслу. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листовки/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

### **Тема 9. Содержание иллюстрации.**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей. Закон РФ ?Об авторских и смежных правах?.

#### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: разработать иллюстрацию к объявлению путём представления товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д., с использованием визуальных эффектов, этических и правовых норм изображения в рекламе, эмоционального фона, мимики и жестов персонажей. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

#### **Тема 10. Представление визуальной информации.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: изучить выразительные возможности и разработать рекламное объявление с использованием фотографии, рисунка, представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы, заголовка, карты, логотипа, символов, коллажа.

Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

#### **Тема 11. Функции цвета в рекламе.**

##### **лекционное занятие (3 часа(ов)):**

Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: разработать иллюстрацию с учётом особенности восприятия цвета и цветовых соотношений, отражательной способности цвета, холодных и теплых цветов, особенностей их восприятия, запоминаемости цветов, особенностей восприятия цвета и формы, сочетания цвета и текста. вибрации цветов. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

#### **Тема 12. Композиция в рекламе.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Принципы композиции. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс. Направленность взгляда. Целостность. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.

##### **практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: разработать иллюстрацию, основанную на разных принципах композиции, учитывая: 1) сбалансированность: формальный и неформальный баланс; 2) направленность взгляда; 3) целостность; 4) средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

#### **Тема 13. Шрифт в рекламе.**

##### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**



Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность. Межбуквенные промежутки. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.

**практическое занятие (2 часа(ов)):**

Цель задания: подобрать/адаптировать/разработать шрифт к рекламному сообщению с учетом: 1) требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность; 2) межбуквенные промежутки; 3) стилей начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные. 4) длиной строки; 5) ориентации строк в пространстве; 6) абзацем; 7) колонками; 8) выключкой; 9) кеглем и гарнитурой. Содержание работы. Ознакомиться с техническим заданием, изучить исходные условия для проектирования. Учитывать, что разрабатывается вариант рекламного объявления для журнала/газеты/справочника/листочка/буклета. Найти 8-10 проектов-аналогов, ознакомиться с ними. Задание может быть выполнено в векторном графическом редакторе Corel DRAW, переведено в формат jpg и распечатано на листах А4 (210 × 297).

**4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)**

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.	7	1	подготовка к домашнему заданию	3	домашнее задание
2.	Тема 2. Реклама и теория коммуникации.	7	2	подготовка к домашнему заданию	3	домашнее задание
3.	Тема 3. Фирменный стиль.	7	3	подготовка к домашнему заданию	4	домашнее задание
4.	Тема 4. Товарный знак.	7	4	подготовка к домашнему заданию	3	домашнее задание
5.	Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.	7	5	подготовка к творческому заданию	3	творческое задание
6.	Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.	7	6	подготовка к творческому заданию	4	творческое задание
7.	Тема 7. Размер иллюстрации.	7	7	подготовка к творческому заданию	4	творческое задание
8.	Тема 8. Форма рекламного обращения	7	8	подготовка к творческому заданию	4	творческое задание
9.	Тема 9. Содержание иллюстрации.	7	9	подготовка к творческому заданию	3	творческое задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
10.	Тема 10. Представление визуальной информации.	7	10	подготовка к творческому заданию	3	творческое задание
11.	Тема 11. Функции цвета в рекламе.	7	11	подготовка к творческому заданию	3	творческое задание
12.	Тема 12. Композиция в рекламе.	7	12	подготовка к творческому заданию	4	творческое задание
13.	Тема 13. Шрифт в рекламе.	7	13	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
	Итого				45	

## 5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Самостоятельная работа студентов (СРС) включает следующие виды работ:

- изучение теоретического лекционного материала;
- проработка теоретического материала (конспекты лекций, основная и дополнительная литература);
- доработка эскизов и заданий начатых на практических занятиях;
- работа над дизайн - проектом рекламы;
- просмотр образцов рекламы по теме занятий, в том числе работы, представленные на специальные и профессиональные конкурсы по рекламе в ИНТЕРНЕТ.

## 6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

### Тема 1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

домашнее задание, примерные вопросы:

изучение литературы

### Тема 2. Реклама и теория коммуникации.

домашнее задание, примерные вопросы:

изучение литературы

### Тема 3. Фирменный стиль.

домашнее задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### Тема 4. Товарный знак.

домашнее задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### Тема 5. Задачи иллюстрирования в рекламе.

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### Тема 6. Место иллюстрации в объявлении.

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 7. Размер иллюстрации.**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 8. Форма рекламного обращения**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 9. Содержание иллюстрации.**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 10. Представление визуальной информации.**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 11. Функции цвета в рекламе.**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов литературы

### **Тема 12. Композиция в рекламе.**

творческое задание, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема 13. Шрифт в рекламе.**

контрольная работа, примерные вопросы:

изучение аналогов, литературы

### **Тема . Итоговая форма контроля**

Примерные вопросы к экзамену:

1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе".
3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.
4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации.
5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.
6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы.
7. Посредник в коммуникации, testimoniум. Рекламная пирамида.
8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.
9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг).
10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.
11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".
12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.

13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.
14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.
15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.
16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов.
17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм.
18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм.
19. Формы связанные с содержанием рекламы по смыслу.
20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы.
21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.
22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д.
23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе.
24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей.
25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.
26. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов.
27. Принципы композиции в рекламе. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс.
28. Направленность взгляда. Целостность.
29. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.
30. Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность.
31. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные.
32. Межбуквенные промежутки. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.

### **7.1. Основная литература:**

- Романов А. А. Разработка рекламного продукта: Учеб.пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 256 с.  
<http://www.znaniium.com/bookread.php?book=189456>
- Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский государ. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. <http://znaniium.com/bookread.php?book=429223>

### **7.2. Дополнительная литература:**

- Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. <http://znaniium.com/bookread.php?book=390990>

### **7.3. Интернет-ресурсы:**

- Remember, hope inside all of us is. - <http://vk.com/remember>

Ководство/ru - <http://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/>

Люблю творчество - <http://vk.com/adme>

РекламаДизайн.рф - реклама и дизайн - <http://vk.com/reklamadesign>

Шедевры рекламы - <http://vk.com/bestad>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)**

Освоение дисциплины "Дизайн рекламы" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

1. Лекционная аудитория с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном, интерактивная доска (наряду с обычной доской и мелом).
2. Аудитория для практических занятий, с мультимедиапроектором, ноутбуком и экраном, интерактивная доска (наряду с обычной доской и мелом), оборудованная компьютерными местами с программным обеспечением, позволяющим создавать графические дизайн-проекты и с выходом в ИНТЕРНЕТ.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 050100.62 "Педагогическое образование" и профилю подготовки Изобразительное искусство и иностранный (английский) язык .

Автор(ы):

Еманова Ю.Г. \_\_\_\_\_

Яо М.К. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

Рецензент(ы):

Явгильдина З.М. \_\_\_\_\_

"\_\_" \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.