

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Инженерно-технологический факультет



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

(ДО КФУ)

» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Дизайн и рекламные технологии Б1.В.ДВ.7

Направление подготовки: 44.03.04 - Профессиональное обучение (по отраслям)

Профиль подготовки: Декоративно-прикладное искусство и дизайн

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Исламов А.Э.

Рецензент(ы):

Файзрахманов И.М.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Латипова Л. Н.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Елабужского института КФУ (Инженерно-технологический факультет):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 967362319

Казань
2019

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) старший преподаватель, к.н. Исламов А.Э. Кафедра теории и методики профессионального обучения Инженерно-технологический факультет , AEIslamov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины 'Дизайн и рекламные технологии' является формирование профессионального мышления, получение и углубление практических навыков работы в графических редакторах, издательских системах и пакетах мультимедиа, знание которых является необходимым условием для профессиональной работы дизайнера-графика с объектами визуально-коммуникативной среды.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.7 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 8 семестр.

Для освоения содержания дисциплины 'Дизайн и рекламные технологии' студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в процессе изучения таких дисциплин, как 'Информатика', 'Информационные технологии', 'Проектирование в дизайне', 'Композиционное формообразование'.

Приобретенные знания, умения и навыки при изучении дисциплины 'Дизайн и рекламные технологии' должны помочь будущим специалистам профессиональной работе дизайнера-графика с объектами визуально-коммуникативной среды.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-5 (профессиональные компетенции)	способностью самостоятельно работать на компьютере
ОПК-6 (профессиональные компетенции)	способностью к когнитивной деятельности
ПК-15 (профессиональные компетенции)	способностью прогнозировать результаты профессионально-педагогической деятельности

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- понятийный аппарат (используемые термины и определения) современной сферы компьютерного дизайна;
- варианты оформления рабочей документации;
- цели, задачи и средства рекламной деятельности;
- способы и методы организации рекламной деятельности;
- законодательные акты и нормативные документы в области рекламы;
- основные виды рекламы;
- выразительные средства рекламы.

2. должен уметь:

- определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;
- анализировать различные виды рекламной продукции;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;
- разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.

3. должен владеть:

- методами использования информационных технологий для решения задач компьютерной графики;
- способами использования современного программного обеспечения для обработки различных видов графической информации;
- способами создания, хранения, передачи и обработки графической информации.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

- применять полученные знания в профессиональной деятельности.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

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

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 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. Понятие рекламы, классификация рекламы	8		1	0	4	Устный опрос
3.	Тема 3. Рекламные коммуникационные технологии	8		1	0	6	Реферат
	Тема . Итоговая форма контроля	8		0	0	0	Зачет
	Итого			2	0	10	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие рекламы, классификация рекламы

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Основные задачи рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности. Модель покупательского поведения. Язык рекламы Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-образительные средства в рекламе. Основные образительные элементы "текстовых" рекламных материалов. Рекламный текст Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания.

лабораторная работа (4 часа(ов)):

Задания на лабораторные занятия 1. Разработка элементов корпоративной идентификации 2. Разработка серии календарей 3. Разработка серии плакатов

Тема 3. Рекламные коммуникационные технологии

лекционное занятие (1 часа(ов)):

Роль композиции в успешности рекламного обращения. Разновидности и отличительные особенности композиции: плоскостная, объёмно-пространственная, глубинно-пространственная. Основные принципы построения композиции. Важность грамотной организации выставочного стенда. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения.

лабораторная работа (6 часа(ов)):

Задания на лабораторные занятия 1. Разработка презентационных материалов организации 2. Разработка выставочного модуля организации 3. Разработка POS-материалов продукции

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. Понятие рекламы, классификация рекламы	8		подготовка к устному опросу	40	Устный опрос
3.	Тема 3. Рекламные коммуникационные технологии	8		подготовка к реферату	52	Реферат
	Итого				92	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В преподавании дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Информационные технологии - обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам, увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

Проблемное обучение - стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.

Контекстное обучение - мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.

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

Тема 1. Понятие рекламы, классификация рекламы

Устный опрос , примерные вопросы:

Блок вопросов к теме 1. 1. Основные теоретические сведения, необходимые для грамотного построения рисунка. 2. Оформление композиции. 3. Решение практических вопросов, связанных с дизайном печатной продукции. 4. Сценарий рекламного ролика. Постпродакшн. 5. Механизмы воздействия и убеждения. 1. Типы целевых аудиторий. 2. Профилирование участника процесса принятия решений. 3. Управление творческим процессом. 4. Виды обращений на основе творческой стратегии. Блок вопросов к теме 2. 1. Составляющие творческой стратегии? 2. Творческая идея. 3. Теория РАМ-проводника творческой идеи. 4. Разработка творческих идей: осведомленность о марке. 5. Низкововлеченная целевая аудитория. Ее характеристики. 6. Приемы создания осведомленности о марке. Технологии формирования отношения к марке. 7. Внимание потребителя и структура рекламного объявления.

Тема 3. Рекламные коммуникационные технологии

Реферат , примерные вопросы:

1. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности. 2. Интернет как канал рекламных коммуникаций: сходство и различия с традиционными видами рекламы. 3. Специфика и преимущества разных видов Интернет-рекламы по характеру распространения информации. 4. Баннер как основной носитель Интернет-рекламы: разновидности. 5. Текстовые блоки: преимущества и недостатки текстовой рекламы в Сети. 6. Rich Media реклама: разновидности, преимущества. 7. Специфика коммерческой и имиджевой рекламы в Интернете. 8. Способы распространения рекламной информации в Интернете: e-mail-рассылки, телеконференции. 9. Сети баннерного обмена. 10. Основные рекламные площадки: порталы, поисковые системы, каталоги, рейтинги, тематические сайты. 11. Web-сайт как объект и субъект рекламной деятельности. 12. Продвижение Интернет-ресурса: в онлайн-среде и оффлайне.

Итоговая форма контроля

зачет (в 8 семестре)

Примерные вопросы к зачету:

1. Дайте определение компьютерной графике, объясните основные принципы представления изображений.
2. Растровая графика.
3. Программы растровой графики.
4. Векторная графика.
5. Кривая Безье, ее составляющие.
6. Программы векторной графики.
7. 3D-графика.
8. Программы 3D-графики.
9. Представление цвета в компьютерной графике.
10. Цветовые модели в компьютерной графике.
11. Основные форматы графических редакторов (AI, CDR, PSD).
12. Основные форматы графических файлов.
13. Сканирование изображений.
14. Растривание изображений.
15. Коррекция полноцветных изображений.
16. Настройка резкости изображений.

17. Методы имитации графики в Photoshop: создание карандашного наброска, рисунка углем, карандашом, пером и т.д.
18. Текстовые эффекты.
19. История книгопечатания, создания и развития печатного шрифта.
20. Изобретение И. Гутенберга.
21. Наборная машина Монотип и Линотип.
22. Виды шрифтов и их классификация. Характеристики шрифта.
23. Программные и инструментальные средства работы со шрифтами.
24. Факсимильное издание, факсимильная шрифтовая гарнитура.
25. Критерии качества шрифта.
26. Формат шрифта, виды форматов.
27. PostScript и TrueType форматы.
28. Кодировка шрифта, кодировка в современных шрифтах. Структура шрифтового формата.
29. Растеризация символов.
30. Шрифтовая разметка. Методы разметки символов.
31. Основные понятия и концепции дизайна, его виды.
32. Становление и эволюция дизайна, его место и значение в обществе.
33. Средства работы дизайнера и применение в них информационных технологий.
34. Методика дизайн-проектирования.
35. Основные понятия композиционного построения изображений.
36. Основные способы выделения композиционного центра в черно-белой композиции.
37. Пространственно-перспективное построение сложных графических образов.
38. Виды перспективы, правила построения перспективы на плоскости.
39. Пропорция и ее роль в дизайне.
40. Методика разработки полиграфического проекта, создания обложки книги, рекламного буклета, листовки, и т.д.
41. Файловые форматы для полиграфии.
42. Разработка мультимедиа проекта.
43. Дизайн интерфейса программного продукта.
44. Методы рисования в векторном редакторе.
45. Основные понятия фирменного стиля предприятия (Brandbook), его построение в графическом дизайне.

7.1. Основная литература:

Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 176 с.: - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=994302>

Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. - М. : ИД 'ФОРУМ': ИНФРА-М, 2019. - 400 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=982243>

3D Studio Max + V-Ray. Проектирование дизайна среды : учеб. пособие / Д.А. Хворостов. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. - 270 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=994914>

Психология рекламы: Учебное пособие / Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с.: - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=429960>

7.2. Дополнительная литература:

Компьютерный дизайн. Векторная графика: Учебно-методическое пособие / Зиновьева Е.А., - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2017. - 115 с. - Режим доступа:

<http://znanium.com/bookread2.php?book=960143>

Компьютерная геометрия и алгоритмы машинной графики: Пособие / Никулин Е.А. - СПб:

БХВ-Петербург, 2015. - 554 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=940228>

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. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=507976>

7.3. Интернет-ресурсы:

Информационный ресурс по компьютерной графике и анимации - <http://www.render.ru>.

Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>

Справка по Adobe Photoshop на официальном сайте разработчика -

<http://helpx.adobe.com/ru/photoshop.html>

Справка по Illustrator на официальном сайте разработчика -

<http://helpx.adobe.com/ru/illustrator.html>

Электронно-библиотечная система Znanium.com - <http://znanium.com/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Дизайн и рекламные технологии" 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 "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

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.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 44.03.04 "Профессиональное обучение (по отраслям)" и профилю подготовки Декоративно-прикладное искусство и дизайн .

Автор(ы):

Исламов А.Э. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Файзрахманов И.М. _____

"__" _____ 201__ г.