

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ГОУ ВО ВГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Русской литературы XX и XXI веков,
теории литературы и гуманитарных наук
Никонова Т.А.
подпись, расшифровка подписи
26.03.2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии

- 1. Шифр и наименование направления подготовки/специальности:**
50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
- 2. Профиль подготовки/специализации:** дизайн
- 3. Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр
- 4. Форма образования:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра русской литературы 20-21 веков, теории литературы и гуманитарных наук
- 6. Составители программы:** Фролова Нелля Васильевна, ст. преподаватель
- 7. Рекомендована:** заседанием НМС филологического факультета протокол № 5 от 26.03.2020
- 8. Учебный год:** 2021-2022 **Семестр:** 4

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- изучение становления и развития дизайна как отдельной отрасли деятельности человека;
- понимание дизайна как явление культуры и его отдельных компонентов;
- развитие личности методами обучения основам творческого самовыражения и художественного проектирования;
- развитие творческих способностей и личностных качеств ;

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с историей графического дизайна;
- изучение понятия фирменного стиля;
- формирование у студентов знаний и умений, развитие творческих способностей; художественно-образного и пространственного решения.

Дисциплина реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: часть, формируемая участниками образовательных отношений (вариативная) блока Б1.

Компетенции обучающихся формируются с учетом уже пройденных ранее курсов «Введение в искусствоведение», «История и теория искусства», «Основы дизайна», «Компьютерная графика». Предшествует таким дисциплинам, как Дизайн-проектирование, Композиция в дизайне.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные спланируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ПК-4	Способен к проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-4.1	Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий	Знать разные графические компьютерные программы; Уметь использовать информации, идентификации и коммуникации; Владеть специальными знаниями по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
ПК-5	Способен к разработке систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-5.2	Работает с техническим заданием, осуществляет предпроектные исследования, находит необходимые дизайнерские решения, создает и редактирует графические объекты с помощью компьютерных средств	Знать: способы создания и редактирования объектов с помощью компьютерных средств. Уметь: работать с техническим заданием и осуществлять предпроектные решения. Владеть: разработкой систем визуальной информации, идентификации и коммуникации.

ПК-5	Способен к организационно-методическому обеспечению реализации дополнительных общеобразовательных программ	ПК-5.3	Использует навыки организации своей деятельности, согласования дизайнерских решений с заказчиком и контроля за реализацией дизайнерского проекта	Знать: особенности методики организации дополнительного образования детей и взрослых. Уметь: проводить мониторинг и контроль выполнения дизайнерских решений. Владеть: способами и методами взаимодействия с заказчиком..
------	--	--------	--	---

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.(в соответствии с учебным планом)—3/108.

12. Структура и содержание учебной дисциплины:

12.1 Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 3 / 108

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) экзамен.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость				
	Всего	По семестрам			...
		1 семестр	4 семестр		
		Часы	Часы в форме п/п		
Контактная работа	32		32		
в том числе:	лекции		16		
	практические		16	8	
Самостоятельная работа	40		40		
Промежуточная аттестация –экзамен			36		
Итого:	108		108		

13.1Содержание разделов дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
		1. Лекции	
п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=23008
1.		Лекции	-

1.1	Введение. Значение орнамента в истории культуры	Генезис и семантика орнаментального образования. Смысловые корни орнаментики древних культур. Значение орнамента в западноевропейской, византийской и славянской культурах. Культурная идентичность. Орнамент и современный графический дизайн. Орнамент в рекламе и промышленности.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=23008
1.2	История графического дизайна	Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории проектной культуры. Важнейшие направления, школы, имена и тенденции в графическом дизайне. Развитие отечественного дизайна. Дизайн в странах Восточной Европы. Эволюция профессии и типология объектов графического дизайна.	https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=23008
1.3	Цели, задачи и средства рекламной деятельности.	Цели, задачи и средства рекламной деятельности.	-
1.4	История рекламы.	Древнейший период развития рекламы. Реклама в античном мире. Средневековая реклама. Западноевропейская и американская реклама Нового времени.	-
1.5	История рекламы в России	Реклама в России дореволюционного и советского периодов. История устных жанров рекламы. Анализ русских фольклорных рекламных текстов. История наружной рекламы. Рекламный плакат в России. Российская реклама в прессе XIX века. Российская реклама периода НЭП. Рекламные тексты В. Маяковского. Теория рекламы	-
1.6	Теория рекламы.	Копирайт, креатив и проблема визуализации информации.	-
1.7	Графический дизайн и реклама.	Графический дизайн - как основной инструмент рекламы. Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера.	-
1.8	Возникновение и формирование фирменного стиля.	Понятие «фирменный стиль». Основные элементы фирменного стиля и требования к фирменному рекламному девизу.	-
1.9	Печатная реклама фирмы	Печатная реклама фирмы: плакаты, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари и т.п.	-
1.10	Сувенирная реклама.	Сувенирная реклама: полиэтиленовые пакеты, ручки, настольные приборы, открытки и др.	-
1.11	Элементы делопроизводства	Элементы делопроизводства: фирменные бланки, фирменные конверты, фирменные папки-регистраторы, фирменные записные книжки, фирменные ежедневники, фирменные блоки бумаг для записей и т.д.	-

1.12	Документы и удостоверения:	Документы и удостоверения: пропуска, визитные карточки, удостоверения сотрудников, бэджи и др.-	-
1.13	Элементы служебных интерьеров	Элементы служебных интерьеров: панно на стенах, настенные календари, наклейки большого формата. Нередко весь интерьер оформляется в фирменных цветах.	-
1.14	Другие носители	Другие носители: фирменное рекламное знамя, вымпелы, фирменная упаковочная бумага, ярлыки, приглашительные билеты, фирменная одежда сотрудников, изображения на бортах транспортных средств фирмы и т.д.	-
		2. Практические занятия	-
2.1	Особенности разработки фирменного стиля	Особенности разработки фирменного стиля, графические программы, используемые при его создании. Программное обеспечение для работы с графикой. Использование лицензионного программного обеспечения.	-
2.2	Особенности работы заказчика и дизайнера при создании фирменного стиля.	Особенности работы заказчика и дизайнера при создании фирменного стиля.	-
2.3	Создание логотипа*	Практика создания логотипа на примере.	-

13.2 Разделы дисциплины и виды занятий:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Введение. Значение орнамента в истории культуры	2		2	4
2	История графического дизайна	2		2	4
3	Цели, задачи и средства рекламной деятельности	2		2	4
4	История рекламы.	2		2	4
5	История рекламы в России	2		2	4
6	Теория рекламы.	2		2	4
7	Графический дизайн и реклама.	2		2	4
8	Возникновение и формирование фирменного стиля.	2		2	4
9	Печатная реклама фирмы		2	2	4
10	Сувенирная реклама.		2	2	4
11	Элементы делопроизводства		2	2	4

12	Документы и удостоверения:		2	2	4
13	Элементы служебных интерьеров		2	2	4
14	Другие носители		2	2	4
15	Особенности разработки фирменного стиля		1	4	5
16	Особенности работы заказчика и дизайнера при создании фирменного стиля.		1	2	3
17	Создание логотипа*		2	6	8
	Итого:	16	16	40	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по подготовке студента к практическому занятию

1. Ознакомиться с техническим заданием для дизайн-проекта.
2. Ознакомиться с исследовательской литературой по теме и сделать подборку рефенсов.
3. Подготовить варианты решения данного задания.
4. Обсудить варианты с преподавателем, выбрать и доработать.
5. Подготовить презентацию завершеного дизайн-проекта.

Методические указания по подготовке студента к текущей аттестации

1. Ознакомьтесь с планом и материалами лекций.
2. Ознакомьтесь с исследовательской литературой по темам учебного курса.
3. Соотнесите теоретическую и практическую сторону полученных знаний.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1,	Мирхасанов, Р. Ф. История дизайна : учебное пособие : в 2 частях : [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. – Часть 2. Развитие дизайна. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602194 (дата обращения: 03.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-2790-3 (ч. 2). - ISBN 978-5-4499-2470-4. – Текст : электронный.
	Головко, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учебное пособие / С. Б. Головко. – Москва :Юнити-Дана, 2017. – 424 с. : ил. – («Медиаобразование»). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684751 (дата обращения: 03.03.2022). – ISBN 978-5-238-01477-7. – Текст : электронный.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499 (дата обращения: 03.03.2022). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст : электронный.
4	Смирнова, Л. Э. История и теория дизайна : учебное пособие / Л. Э. Смирнова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435841 (дата обращения: 03.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3096-5. – Текст : электронный.

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Источник
12	Полнотекстовая база «Университетская библиотека» - образовательный ресурс. - <UPL: http://www.biblioclub.ru >
13	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – (http://www.lib.vsu.ru/)

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Мирхасанов, Р. Ф. История дизайна : учебное пособие : в 2 частях : [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. – Часть 2. Развитие дизайна. – 468 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602194 (дата обращения: 03.03.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-2790-3 (ч. 2). - ISBN 978-5-4499-2470-4. – Текст : электронный.
2	Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499 (дата обращения: 03.03.2022). – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст : электронный.

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

При реализации дисциплины проводятся лекции, практические занятия, текущая аттестация. Применяются различные типы лекций (вводная, обзорная, информационная, проблемная) и практических занятий (проблемные, дискуссионные и др.). На практических занятиях используются следующие интерактивные формы: групповое обсуждение, дискуссия, метод case-study, (анализ и решение профессиональных ситуационных задач), элементы рефлексивного практикума. Применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного материала, материала практических занятий, текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам с применением <https://edu.vsu.ru/> (Moodle).

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc
 OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc
 WinSvrStd 2012 RUS OLP NL Acdmc 2Proc

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины: Стандартное оборудование аудитории; выход в Интернет, доступ к фондам учебно-методической документации и электронным изданиям.

Стандартно оборудованные аудитории для проведения лекционных и практических занятий: видеопроигрыватель, экран, ноутбук и др. оборудование.

Перечень программного обеспечения:

- MS Office 2007 (2010): Word, PowerPoint и др.;
- Проигрыватели мультимедийных файлов: KNPlayer, WindowsMediaPlayer и др.;
- Web-браузеры: InternetExplorer, MozillaFirefox, Opera и др. с поддержкой Flash и Java TM.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1	1.1-1.14	ПК-4 Способен к проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-4.1 Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий	Доклад -презентация
2	2.1-2.3	ПК-5 Способен к разработке систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-5.2 Работает с техническим заданием, осуществляет предпроектные исследования, находит необходимые дизайнерские решения, создает и редактирует графические объекты с помощью компьютерных средств реализации дополнительных общеобразовательных программ. ПК-5.3 Использует навыки организации своей деятельности,	Дизайн-проект: Разработка фирменного стиля для дизайн-студии

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
			согласования дизайнерских решений с заказчиком и контроля за реализацией дизайнерского проекта	
Промежуточная аттестация форма контроля - экзамен				<i>Перечень вопросов Практическое задание</i>

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на экзамене/зачете используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом графические техники, композиция;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять основы композиции, перспективы, решать поставленные задачи;
- 5) владение различными графическими техниками.

Для оценивания результатов обучения на экзамене (зачете с оценкой) используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Доклад-презентация на тему

1. История рекламы Calvin Klein
2. Упаковка как атрибут бренда
3. Приемы рекламного воздействия
4. Фокусы рекламы: теория и практика
5. Товарный знак - полиграфия или маркетинг?
6. История развития фирменного стиля в России
7. История рекламы в России
8. Мультибрендовая реклама
9. Метафизика бренда
10. Значение социальной рекламы в России

11.Брендинг в России.

Описание технологии проведения.

Доклад – презентация предусматривает:

- знакомство с электронными базами данных,
- чтение и конспектирование учебной литературы,
- создание презентации,
- выступление с докладом – презентацией перед аудиторией студентов
- ответы на возникшие вопросы у преподавателя

Дизайн-проект

Разработка фирменного стиля для дизайн-студии.

Описание технологии создания дизайн-проекта:

1. На основе выбранной специфики дизайн-студии, продумать о предлагаемых услугах студии и о ее уникальности.
2. Сделать подборку примеров фирменных стилей подобных компаний.
3. Провести анализ.
4. Разработать мудборд.
5. Создать несколько вариантов логотипов.
6. Завершить разработку логотипа в эскизном варианте, а затем и с применением компьютерных технологий.
7. Выделить фирменные цвета.
8. Выбрать фирменный шрифт.
9. Разработать визитку, буклет компании с применением фирменного стиля.
10. Подготовить презентацию для защиты проекта.

Описание технологии проведения:

1. Студент защищает дизайн-проект по разработки фирменного стиля на основе подготовленной презентации перед аудиторией студентов
2. Отвечает на возникшие вопросы у преподавателя.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Отлично:

Студент показывает глубокие и всесторонние знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в полном объеме с соблюдениемнеобходимой последовательности, составил композицию, учитывая ее законы,учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Хорошо:

Студент показывает твердые и достаточно полные знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в полном объеме, но с небольшими недочетами: нарушениенеобходимой последовательности, составил композицию, не полностью

учитывая ее законы, учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Удовлетворительно:

Студент показывает достаточно полные знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в не полном объеме, с небольшими недочетами: нарушением необходимой последовательности, составил композицию, не полностью учитывая ее законы, учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, не проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Неудовлетворительно:

Студент демонстрирует незнание основных положений учебной дисциплины, не в состоянии дать ответ на учебные вопросы, выполнил дизайн-проект в не полном объеме, с грубыми ошибками: нарушением необходимой последовательности, составил композицию, не полностью учитывая ее законы, не учел ряд технологических, эргономических факторов, не проявил способность к поиску и анализу информации, не проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Творческая работа по созданию фирменного стиля компании с разработкой элементов фирменного стиля (логотипа, фирменных цветов и шрифтов)

Разработка рекламной продукции - визитки и буклета.

Описание технологии проведения.

Студент подготавливает проект, с защитным словом выступает с презентацией проекта.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Отлично:

Студент показывает глубокие и всесторонние знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности, составил композицию, учитывая ее законы, учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Хорошо:

Студент показывает твердые и достаточно полные знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в полном объеме, но с небольшими недочетами: нарушением необходимой последовательности, составил композицию, не полностью учитывая ее законы, учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Удовлетворительно:

Студент показывает достаточно полные знания по дисциплине, выполнил дизайн-проект в не полном объеме, с небольшими недочетами: нарушением необходимой последовательности, составил композицию, не полностью учитывая ее законы, учел ряд технологических, эргономических факторов, проявил способность к поиску и анализу информации, не проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.

Неудовлетворительно:

Студент демонстрирует незнание основных положений учебной дисциплины, не в состоянии дать ответ на учебные вопросы, выполнил дизайн-проект в не полном объеме, с грубыми ошибками: нарушением необходимой последовательности, составил композицию, не полностью учитывая ее законы, не учел ряд технологических, эргономических факторов, не проявил способность к поиску и анализу информации, не проявляет способность самостоятельно или в составе творческой группы создавать дизайн-проект.