

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

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой русской ли-
тературы XX и XXI, теории литера-
туры и гуманитарных наук


О.А. Бердникова

16.06.2023



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:** Белоусова Полина Вячеславовна, преподаватель
- 7. Рекомендована:** НМС филологического факультета, протокол № 8 от 16.06.2023
- 8. Учебный год:** 2025-2026 **Семестр:** 6

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». Дизайн и рекламные технологии ПК-4.1; ПК -5 .2; ПК -5 .3

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. Структура и содержание учебной дисциплины:

12.1 Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом — 2 / 72

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) зачет с оценкой.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

| Вид учебной работы | | Трудоемкость | | | | |
|--|------------------|--------------|--------------|-----------|---|-----|
| | | Всего | По семестрам | | | |
| | | | 1 семестр | 5 семестр | | ... |
| Часы | Часы в форме п/п | | | | | |
| Контактная работа | | 28 | | 28 | | |
| в том числе: | лекции | | | 14 | | |
| | практические | | | 6 | 8 | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Самостоятельная работа | | 44 | | 44 | | |
| Промежуточная аттестация – зачет с оценкой | | | | | | |
| Итого: | | 72 | | 72 | | |

13.1 Содержание 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 | - |
| 1. | | Лекции | - |
| 1.1 | Вводная лекция: Дизайн и реклама | Соотнесение понятий. | - |
| 1.2 | История графического дизайна | Становление и основные этапы развития графического дизайна в контексте истории про- | - |

| | | | |
|-----|---|---|---|
| | | ектной 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. | |
| 1.3 | История рекламы. | Древнейший период развития рекламы. Реклама в античном мире. Средневековая реклама. Западноевропейская и американская реклама Нового времени. Реклама в России дореволюционного и советского периодов. Рекламный плакат в России. | - |
| 1.4 | Графический дизайн и реклама. | Графический дизайн - как основной инструмент рекламы. Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера. | - |
| 1.5 | Возникновение и формирование фирменного стиля | Понятие «фирменный стиль». Основные элементы фирменного стиля и требования к фирменному рекламному девизу. | - |
| 1.6 | Печатная реклама фирмы | Печатная реклама фирмы: плакаты, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари и т.п. | - |
| 1.7 | Сувенирная реклама. | Сувенирная реклама: полиэтиленовые пакеты, ручки, настольные приборы, открытки и др. | - |
| | | 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 | Этапы разработки фирменного стиля Разработка элементов фирменного стиля* | Описание миссии компании, а также ее преимуществ перед конкурентами; разработка базовых элементов; разработка фирменной документации, а также POS-материалов; разработка интернет-представительства компании и пакета рекламных материалов. | - |
| 2.3 | Этапы разработки фирменного стиля Разработка элементов фирменного стиля* | Логотип, слоган, цветовая гамма, фирменный блок, шрифт, фирменная айдентика | - |

13.2 Разделы дисциплины и виды занятий:

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Виды занятий (часов) | | | |
|-------|-------------------------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические занятия | Самостоятельная работа | Всего |
| 1 | Вводная лекция: Дизайн и реклама | 2 | | 4 | 6 |

| | | | | | |
|---------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 2 | История графического дизайна | 2 | | 4 | 6 |
| 3 | История рекламы. | 2 | | 4 | 6 |
| 4 | Графический дизайн и реклама. | 2 | | 4 | 6 |
| 5 | Возникновение и формирование фирменного стиля | 2 | | 4 | 6 |
| 6 | Печатная реклама фирмы | 2 | | 4 | 6 |
| 7 | Сувенирная реклама. | 2 | | 4 | 6 |
| 8 | Особенности разработки фирменного стиля | | 2 | 4 | 6 |
| 9 | Этапы разработки фирменного стиля | | 4 | 4 | 8 |
| 10 | Разработка элементов фирменного стиля* | | 8 | 8 | 16 |
| Итого: | | 14 | 14 | 44 | 72 |

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 референсов.
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.

Рекомендации по работе с научной литературой

1. Вдумчивое неторопливое чтение научного материала.
2. Конспектирование.
3. Реферирование.
4. Составление грамотного библиографического описания источника.

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. |
| | Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учебное пособие / С. Б. Головкин. – 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. - <URL: 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 | Ученова В. В. История рекламы: Учеб. для вузов и учреждений доп. образования по специальности 350700 "Реклама" / В.В. Ученова, Н.В. Старых. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2002. – 303 с. |
| 2 | Герчук Ю. Я. Основы художественной грамоты : Язык и смысл изобраз. искусства : учеб. пос. / Ю. Я. Герчук. – М. : Учеб лит-ра, 1998. – 208 с |
| 3 | Стародуб К.И. Рисунок и живопись. От реалистического изображения к условно-стилизованному: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2009.- 190с. |
| 4 | Корепанова О.А. Композиция от А до Я: ассоциативная композиция. / Ростов н/Д. Феникс , 2014 г. – 458). |
| 5 | .Стасюк Н.Г, Киселева Т.Ю Основы архитектурной композиции.. Учебное пособие. М. Архитектура –С. 2004г. |

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-брайзеры: InternetExplorer, MozillaFirefox, Opera и др. с поддержкой Flash и Java [™].

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 | 1.1-1.7 | 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 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 |

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор(ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|--|--|--|--|---|
| | | | | 8. Мультибрендовая реклама 9. Метафизика бренда 10. Значение социальной рекламы в России 11. Брендинг в России |
| 2 | 2.1 | 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 | Дизайн-проект Разработка фирменного стиля для дизайн-студии |
| | 2.2-2.3 | ПК-5. Способен к разработке систем визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-5.3 Использует навыки организации своей деятельности, согласования дизайнерских решений с заказчиком и контроля за реализацией дизайнерского проекта | Дизайн-проект Разработка вариантов логотипов по ТЗ. |
| 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».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

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:

Экзаменационный просмотр, на котором демонстрируются все учебные работы каждого студента.

Основными формами самостоятельной работы является знакомство с электронными базами данных, чтение и конспектирование учебной литературы, работа над фирменным стилем: изготовление визиток, логотипов, приглашений, рекламы и т.д. Самостоятельная работа студентов предусматривает также знакомство с электронными базами данных.

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 способ-

ность 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.

Тестирование

1) тестовые задания (закрытого типа среднего уровня сложности)

Критерии оценивания:

средний уровень сложности (одиночный выбор, множественный выбор, соответствие):

1 балл – указан верный ответ;

0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

ПК-4

Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии

Задание 1.

Продолжите утверждение. «Фирменный знак – это...»

- а) графический символ бренда
- б) полный комплект фирменных элементов
- в) совокупность цветовой гаммы и логотипа
- г) товарный знак

Модель ответа: а) графический символ бренда

Задание 2.

Что является особенностью растровой графики?

- а) при увеличении изображения появляется зернистость
- б) при изменении картинки изображение не теряет своего качества
- в) изображение нельзя изменить
- г) изображение подходит для масштабной печати

Модель ответа: а) при увеличении изображения появляется зернистость

ПК-5

Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии

Задание 1.

Продолжите утверждение. «Фирменный стиль иначе называют...»

- а) корпоративный стиль
- б) фирменный знак
- в) фирменный набор
- г) корпоративный набор

Модель ответа: а) корпоративный стиль

Задание 2.

Продолжите утверждение. «Шрифт – это ...»

- а) совокупность букв, цифр и знаков определенного рисунка и размера, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке
- б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми
- в) различные знаки и цифры, иероглифы, используемые в общении людей

Модель ответа: а) совокупность букв, цифр и знаков определенного рисунка и размера, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке

Задание 3. Продолжите утверждение. «Клеймо – это ...»

- а) графическое изображение, наносимое на вещь или товар с целью идентификации с владельцем
- б) это надпись или изображение, которое используется компаниями для повышения узнаваемости среди аудитории
- в) обозначение, цель которого обеспечить различие между товарами или услугами разных предприятий

Модель ответа: а) графическое изображение, наносимое на вещь или товар с целью идентификации с владельцем

2) тестовые задания (открытого типа среднего уровня сложности)

Критерии оценивания:

средний уровень сложности:

2 балла – указан верный ответ;

0 баллов – указан неверный ответ, в том числе частично.

ПК-4

Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии

Задание 1.

Заполните пропуск. «... - это размер типографского шрифта по вертикали, включающий верхнюю и нижнюю грань отпечатка буквы с учётом её верхнего и нижнего выносных элементов». Введите ответ с заглавной буквы в единственном числе именительного падежа без точки в конце.

Модель ответа: Кегль

ПК-5

Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии

Задание 1.

Заполните пропуск. «... - это графический или текстовый знак, нанесённый в виде наклейки, бирки или талона на товар с указанием торговой марки производителя, названия, даты производства и срока годности». Введите ответ с большой буквы без точки в конце.

Модель ответа: Этикетка

Задание 2.

Заполните пропуск. «... - это особый шрифт, который является аналогом рукописного текста, формируется посредством наклона обычного шрифта вправо». Введите ответ с большой буквы без точки в конце.

Модель ответа: Курсив или Курсивный шрифт