

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;
Фролова Нелля Васильевна, ст. 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 графическо-	Становление и основные этапы развития гра-	-

	го дизайна	фического 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.	
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 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.

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:

№	Источник
---	----------

п/п	
1.	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.
2.	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.

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) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

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

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

№ п/п	Источник
1.	Кишик, Ю. Н. Архитектурная композиция : учебное пособие : [12+] / Ю. Н. Кишик. – Минск : РИПО, 2015. – 172 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463291
2.	Учёнова, В. В. История рекламы : учебник / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684793

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, информа-

ционная, 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: видеопроектор, 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 [™].

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 8. Мультимедийная реклама 9. Метафизика бренда

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
				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				Перечень вопросов Практическое задание

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