

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ  
Директор института  
  
Е.М.Петровичева  
« 06 » 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью»

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** формирование общих представлений о месте дизайна в процессе производства рекламного продукта; о направлениях деятельности и об основных функциях рекламного дизайна; формирование конкретных представлений о специфике различных видов рекламы, основных рекламных стратегиях, о принципах проектирования эстетически привлекательной рекламы, о приемах и методах визуализации рекламных образов; формирование и развитие системы профессиональных знаний и умений по созданию объектов рекламного дизайна.

**Задачи освоения содержания дисциплины:**

- Формирование представления о месте и роли дизайна в процессе производства рекламы;
- Изучение направлений деятельности рекламного дизайна и его основных функций;
- Освоение требований к деятельности дизайнера в рекламном процессе;
- Формирование знаний о сущности и специфике рекламы как сферы применения дизайна;
- Раскрытие особенностей дизайна в различных видах рекламы;
- Освоение принципов проектирования эстетически привлекательной рекламы;
- Изучение приемов и методов эффективной визуализации рекламных образов;
- Формирование представлений о корпоративной культуре, фирменном стиле организации, его основных элементах;
- Изучение основных средств рекламного дизайна;
- Совершенствование навыков анализа лучших образцов рекламного творчества для оценки эффективности дизайнерского решения;
- Развитие навыков эффективного использования технических средств и прикладных программ в процессе проектирования рекламной продукции.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Дизайн рекламного продукта» относится к обязательной части учебного плана ОПОП направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры. ОПК-3.2. Умеет отбирать необходимые достижения отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов.	Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры. Умеет отбирать необходимые достижения отечественной и мировой культуры для создания медиапродуктов.	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций

	ОПК-3.3. Владеет методами использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры при создании медиапродуктов.	Владеет методами использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры при создании медиапродуктов.	
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач в профессиональной деятельности.	ОПК-6.1. Знает принципы современных информационных технологий. ОПК-6.2. Умеет использовать в профессиональной деятельности современные информационные технологии. ОПК-6.3. Владеет современными информационными технологиями для решения задач в профессиональной деятельности.	Знает принципы работы современных информационных технологий. Умеет использовать в профессиональной деятельности современные информационные технологии. Владеет современными информационными технологиями для решения задач в профессиональной деятельности.	Дискуссии Творческие задания Разбор конкретных ситуаций

#### 4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

##### Тематический план форма обучения - очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Дизайн как компоновочная деятельность.	5	1-2			4		9	
2	Психо-технологии рекламных средств	5	3-4			4		9	
3	Основные составляющие	5	5-6			6		9	Рейтинг-контроль №1

	фирменного стиля								
4	Роль стереотипов в рекламе	5	7-9			4		9	
5	Ассоциативность и образность в рекламе	5	10-11			4		9	
6	Конструктивная структура рекламы	5	12-14			4		9	Рейтинг-контроль №2
7	Особенности внешних рекламных конструкций	5	15-16			4		9	
8	Внешний образ публичной фигуры в СМИ	5	17-18			6		9	Рейтинг-контроль №3
Всего за 5 семестр:						36		72	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине						36		72	Зачет

### Содержание лабораторных занятий по дисциплине

#### Лабораторное занятие 1.

Дизайн как компоновочная деятельность.

Студенту необходимо выбрать рекламу, дизайн которой ему кажется наиболее интересным и эффективным. Проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект. Оформить исследование в виде реферата.

#### Лабораторное занятие 2.

Психо-технологии рекламных средств.

Студенту необходимо создать рекламу для выбранной фирмы. Для этого необходимо написать текст, придумать заголовок и иллюстрацию, стараясь разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу. Оформить работу в виде реферата с обязательным графически выполненным приложением.

#### Лабораторное занятие 3.

Основные составляющие фирменного стиля.

##### ПЛАН

1. Защита творческого задания «Фирменный стиль организации социальной направленности»
2. Защита творческого задания «Основные элементы фирменного стиля»
3. Защита творческого задания «Руководство по фирменному стилю»
4. Защита творческого задания «Дизайн-проект фирменного стиля организации»

– Обсуждение проектов

#### Лабораторное занятие 4.

Роль стереотипов в рекламе.

Защита творческого задания «Этапы дизайн-проекта рекламы»

– работа в малых группах,

– обсуждение проектов.

### **Лабораторное занятие 5.**

Ассоциативность и образность в рекламе.

Защита творческого задания «Структура потребностей, мотивов и стимулов, ее использование в рекламе»

– обсуждение проектов

### **Лабораторное занятие 6.**

Конструктивная структура рекламы.

Защита творческого задания «Разработка рекламной стратегии»

– работа в малых группах,

– обсуждение проектов

### **Лабораторное занятие 7.**

Особенности внешних рекламных конструкций.

Студент должен разработать варианты наружной рекламы для выбранной фирмы, проанализировать возможные места установки, варианты работы рекламной установки в ночное время и т.д. Оформить работу в виде реферата.

### **Лабораторное занятие 8.**

Внешний образ публичной фигуры в СМИ.

Студент должен отобрать наиболее интересные творческие работы и подготовить демонстрационный материал и дать представление о себе как о специалисте в области дизайна.

## **5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ\**

### **5.1. Текущий контроль успеваемости**

#### **Рейтинг-контроль № 1**

#### **Аналитическая записка**

Примерные задания для аналитической записки:

Классификация рекламы:

1. Функции
2. Цели
3. Виды

#### **Рейтинг-контроль № 2**

#### **Творческое задание**

Создание дизайн проекта для печатных СМИ.

#### **Рейтинг-контроль № 3**

#### **Творческое задание**

Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда.

## **5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины- зачет**

### **Примерные вопросы к зачету**

1. На чем основана связь дизайна и рекламы.
2. Каков алгоритм креативного процесса в рекламе.
3. Как психотехнологии используются в рекламной деятельности.
4. Перечислите основные закономерности зрительного восприятия в рекламе.
5. Какие виды и средства распространения рекламы существуют.
6. Какова смысловая основа взаимосвязи понятий имиджа и образа в рекламе.
7. Охарактеризуйте основные композиционные приемы, используемые в рекламе.
8. Какую роль в рекламе играет цвет.
9. Каковы основные принципы использования шрифтов в рекламном сообщении.
10. Как связаны между собой структурные элементы рекламы.
11. Перечислите основные группы шрифтов, используемых в рекламе.
12. Перечислите основные принципы создания эффективного рекламного текста, как он связан с изображением.
13. В чем специфичность основных цветовых моделей.
14. Каковы особенности подготовки графических файлов к печати.
15. В чем специфика профессионального менталитета дизайнера.
16. Дайте характеристику основных способов печати.
17. Перечислите основные критерии выбора оптимального способа печати.
18. Какие системы пропорционирования известны.
19. Каковы типичные ошибки при предпечатной подготовке.
20. Перечислите основные виды рекламных носителей в интернете.

## **5.3. Самостоятельная работа обучающегося**

### **Примерный перечень вопросов для самостоятельной работы (рефераты)**

1. Визуальные средства наружной рекламы.
2. Дизайн-проектирование упаковки: современные тенденции.
3. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы.
4. Изобразительные жанры рекламы. Технологии оформления витрин.
5. Изобразительные жанры рекламы. Рекламный плакат.
6. Композиционные средства в печатной рекламе.
7. Компьютерный дизайн в рекламе: современные направления развития.
8. Особенности рекламного дизайна отдельной товарной группы
9. Производство рекламного продукта для сети Интернет.
10. Психологические особенности восприятия цвета в печатной рекламе
11. Разработка основной идеи рекламы и цели создания рекламного текста.

12. Рекламная листовка и рекламный буклет.
13. Современные формы искусства как пример личной рекламы
14. Создание образа семьи в телевизионной рекламе: приемы и методы
15. Специфика дизайнерских решений в политической рекламе
16. Средства графического дизайна в печатной рекламе
17. Творческая стратегия и её компоненты.
18. Технология дизайн-проектирования фирменного каталога
19. Типология женских образов в печатной рекламе
20. Фотография как современное средство создания рекламного образа
21. Художественный дизайн в рекламе.
22. Этапы творческого процесса создания рекламы.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Наличие в электронном каталоге ЭБС	
<b>Основная литература</b>			
Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2019. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4.	2019	<a href="https://znanium.com/catalog/product/994302">https://znanium.com/catalog/product/994302</a>	
Шпаковский В.О., PR-дизайн и PR-продвижение : учеб. пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - М. : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с. - ISBN 978-5-9729-0217-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт].	2018	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902170.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902170.html</a>	
Тулупов, В. В. Техника и технология медиадизайна. Книга 1 : учебное пособие / Тулупов В. В. - Москва : Аспект Пресс, 2019. - 208 с. - ISBN 978-5-7567-0993-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL :	2019	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709933.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709933.html</a>	
Романов, А. А. Разработка рекламного продукта : учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 256 с. - ISBN 978-5-9558-0124-7	2019	<a href="https://znanium.com/catalog/product/1015329">https://znanium.com/catalog/product/1015329</a>	
Курушин В.Д., Графический дизайн и реклама / Курушин В. Д. - М. : ДМК Пресс, 2018. - 272 с. (Самоучитель) - ISBN 5-94074-087-1	2018	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5940740871.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5940740871.html</a>	

Дополнительная литература		
Курушин В.Д., Дизайн и реклама: от теории к практике / Курушин В. Д. - М. : ДМК Пресс, 2017. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента"	2017	<a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970605530.htm">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970605530.htm</a>
Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5.	2017	<a href="https://new.znaniium.com/catalog/product/1028720">https://new.znaniium.com/catalog/product/1028720</a>
Смирнова, О. В. Работа журналиста в цифровой периодике : учебное пособие для студентов вузов / Смирнова О. В. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 248 с. - ISBN 978-5-7567-1137-0.	2021	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711370.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711370.html</a>
Фрумкин, Г. М. Сценарное мастерство : кино-телевидение-реклама : учебное пособие / Фрумкин Г. М. - Москва : Академический Проект, 2020. - 224 с. (Gaudeamus) - ISBN 978-5-8291-2651-3.	2020	<a href="https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126513.html">https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829126513.html</a>


## 6.2 Интернет-ресурсы


1. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы : шрифт в рекламе и дизайне – [ivadesign.dp.ua](http://ivadesign.dp.ua). ru
2. Статьи о креативе в рекламном дизайне: [INTPIDweb-studio](http://INTPIDweb-studio)
3. Примеры лучших работ : [rsk-reklama.ru/imod\\_oh.html](http://rsk-reklama.ru/imod_oh.html)
4. Кроме этого студентам рекомендуется обращаться к собраниям рекламных плакатов и афиш в существующих государственных музеях страны, на современных выставках, к Интернет-ресурсам, к частным площадкам и Интернет-порталам.

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader.




Рабочую программу составил старший преподаватель каф. ЖРСО Никешин А.А. 

Рецензент руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

Протокол № 11 от 18.06.2021 года

Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Протокол № 11 от 18.06.2021 года

Председатель комиссии Латышева Ж.В. 