

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета

Дата подписания: 13.09.2023 11:22:38

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт сервиса, туризма и дизайна

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ

_____ Т.А. Шебзухова

«__» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«Дизайн и рекламные технологии»

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

Направление подготовки /специальность

Квалификация выпускника

Форма обучения

Учебный план

Изучается в 7 семестре

54.03.01 «Дизайн» / Графический дизайн

бакалавр

Очно-заочная

2021г.

7 семестр

Пятигорск, 2021 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» являются:
является ознакомление учащихся с основными этапами развития мирового искусства, стилями и направлениями в архитектуре, изобразительном и других видах искусства.

Основная задача дисциплины – научить овладевать знаниями будущих специалистов ориентироваться в стилевых направлениях на основе анализа памятников мирового искусства, сформировать и воспитать художественный вкус, что необходимо в профессии дизайнера.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является дисциплиной по выбору и изучается в 7 семестре.

3. Связь с предшествующими дисциплинами

Фотография

Компьютерные технологии

Эргономика

Художественно-техническое оформление и редактирование печатной продукции

Проектирование в графическом дизайне

4. Связь с последующими дисциплинами

Творческая практика

Преддипломная практика

Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

5. Компетенции обучающегося, формируемые в результате изучения дисциплины

5.1. Наименование компетенции

Индекс	Формулировка:
ОПК-7	способностью осуществлять поиск, хранение, обработку и анализ информации из различных источников и баз данных, представлять ее в требуемом формате с использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий
ПК-2	способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи

5.2. Знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: – теоретические основы современных компьютерных технологий, особенности компьютерных технологий; – аппаратное и программное обеспечение Уметь: – применять компьютерные технологии в работе с дизайнерскими проектами; – применять современные программные средства для редактирования и создания растровых, векторных и 3-D изображений	ОПК-7

Владеть: – основным методическим принципом компьютерного моделирования.	
Знать: – этапы проектирование объектов полиграфии, наружной рекламы; Уметь: – разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; Владеть: - приемами построения, выразительности и гармонизации композиции, методами дизайн-деятельности	ПК-2

6. Объем учебной дисциплины/ модуля

Объем занятий: Итого	81 астр. ч. (108 ч)	3 з.е.
В т.ч. аудиторных	27 астр. ч. (36 ч)	
Из них:		
Лекций	13,5 астр. ч. (18 ч)	
Лабораторных работ	— ч.	
Практических занятий	13,5 астр. ч. (18 ч)	
Самостоятельной работы	54 астр. ч. (72 ч)	

Зачёт

7 семестр

7. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества астрономических часов и видов занятий

7.1. Тематический план дисциплины

[illegible]

1	Тема 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии»	ОПК-7 ПК-2	0,5	0,5	-	-
Раздел II. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.						
2	Тема 2. Понятие рекламной коммуникации. Понятие творческой стратегии. Определение творческой стратегии.	ОПК-7 ПК-2	2	2	-	-
Раздел III. Дизайн-концепция рекламы.						
3	Тема 3. Задачи разработки рекламной концепции товара. Понятия дизайн - концепции товара. Взаимодействия дизайн – концепции и рекламной концепции.	ОПК-7 ПК-2	2	2	-	-
Раздел IV. Теория уникального торгового предложения. Основы разработки рекламных обращений.						
4	Тема 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.	ОПК-7 ПК-2	2	2		
Раздел V. Сценарное моделирование технологий рекламы.						
5	Тема 5. Понятие сценарного моделирования. Планирование рекламной кампании.	ОПК-7 ПК-2	2	2		
Раздел VI. Социально – психологические основы дизайна рекламных технологий.						
6	Тема 6. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.	ОПК-7 ПК-2	2	2		
Раздел VII. Креативные концепции рекламного обращения.						
7	Тема 7. Творческая реклама. Рациональная реклама. Подражательная реклама. Имиджевая реклама. Позиционирующая реклама. Патерналистская реклама.	ОПК-7 ПК-2	2	2		

Раздел VIII. Брендинг.							
8	Тема 8. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Дизайн-конструктивы брендинга.	ОПК-7 ПК-2	1	1			
	Итого за 7 семестр		13,5	13,5	-	-	54 ч.

7.2. Наименование и содержание лекций

№ Темы	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
	7 семестр		
Раздел I. Введение в дисциплину.			
1	Тема 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии»	0,5	
	Формирование рекламного дизайна. Задачи и объекты рекламного дизайна.	2	Обучающий тренинг
	Потребности российского дизайна в настоящее время. Специфика рекламы в сфере дизайна. Творческая концепция.	2	
Раздел II. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.			
2	Тема 2. Понятие рекламной коммуникации. Понятие творческой стратегии. Определение творческой стратегии.	2	
Раздел III. Дизайн-концепция рекламы.			
3	Тема 3. Задачи разработки рекламной концепции товара. Понятия дизайн - концепции товара. Взаимодействия дизайн – концепции и рекламной концепции.	2	
Раздел IV. Теория уникального торгового предложения. Основы разработки рекламных обращений.			
4	Тема 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.	2	
Раздел V. Сценарное моделирование технологий рекламы.			Обучающий тренинг

5	Тема 5. Понятие сценарного моделирования. Планирование рекламной кампании.	2	
Раздел VI. Социально – психологические основы дизайна рекламных технологий.			
6	Тема 6. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.	2	
Раздел VII. Креативные концепции рекламного обращения.			
7	Тема 7. Творческая реклама. Рациональная реклама. Подражательная реклама. Имиджевая реклама. Позиционирующая реклама. Патерналистская реклама.	2	Обучающий тренинг
Раздел VIII. Брендинг.			
8	Тема 8. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Дизайн-конструктивы брендинга.	1	
	Итого за 7 семестр	13,5	3

7.3. Наименование лабораторных работ

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

7.4. Наименование практических занятий

№ Темы	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание	Объем часов	Интерактивная форма проведения
	7 семестр		
Раздел I. Введение в дисциплину.			
1	Тема 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии»	0,5	
	Формирование рекламного дизайна. Задачи и объекты рекламного дизайна.	2	Обучающий тренинг
	Потребности российского дизайна в настоящее время. Специфика рекламы в сфере дизайна. Творческая концепция.	2	
Раздел II. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.			

2	Тема 2. Понятие рекламной коммуникации. Понятие творческой стратегии. Определение творческой стратегии.	2	
Раздел III. Дизайн-концепция рекламы.			
3	Тема 3. Задачи разработки рекламной концепции товара. Понятия дизайн - концепции товара. Взаимодействия дизайн – концепции и рекламной концепции.	2	
Раздел IV. Теория уникального торгового предложения. Основы разработки рекламных обращений.			
4	Тема 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.	2	
Раздел V. Сценарное моделирование технологий рекламы.			
5	Тема 5. Понятие сценарного моделирования. Планирование рекламной кампании.	2	
Раздел VI. Социально – психологические основы дизайна рекламных технологий.			
6	Тема 6. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.	2	
Раздел VII. Креативные концепции рекламного обращения.			
7	Тема 7. Творческая реклама. Рациональная реклама. Подражательная реклама. Имиджевая реклама. Позиционирующая реклама. Патерналистская реклама.	2	Обучающий тренинг
Раздел VIII. Брендинг.			
8	Тема 8. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Дизайн-конструктивы брендинга.	1	
Итого за 7 семестр		13,5	3

7.5. Технологическая карта самостоятельной работы обучающегося

Код реализуемой	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоятельно	Средства и технологии оценки*	Объем часов, в том числе
-----------------	----------------------------	---------------------------------	-------------------------------	--------------------------

компете нции		й работы		СРС	Контактная работа с преподават елем	Всего
7 семестр						
ОПК-7 ПК-2	Самостоятел ьное изучение литературы	Ответы на вопросы по темам дисциплины	собеседование	21	--	21
ОПК-7 ПК-2	Подготовка к практическо му занятию	Обучающий тренинг	Обучающий тренинг	33	--	33
Итого за 7 семестр				54	--	54

8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО. Паспорт фонда оценочных средств

Код оцениваемой компетенции	Этап формирования компетенции (№ темы)	Средства и технологии оценки	Тип контроля (текущий/промежуточный)	Вид контроля (устный/письменный)	Наименование оценочного средства
ОПК-7 ПК-2	1-8	собеседование	текущий	Устный	Вопросы для собеседования
ОПК-7 ПК-2	1-8	Представление творческого проекта	текущий	просмотр	Тематика творческих проектов

8.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Дескрипторы			
		2 балла	3 балла	4 балла	5баллов
(Для каждой компетенции)					
Базовый	Знание ОПК-7 - основные понятия	Не знает - основные понятия дисциплины	Знает основные понятия дисциплины	Уверенно знает основные понятия	

	дисциплины;			дисциплины	
	Умение: ОПК-7 определять стили и направления в искусстве;	Не умеет - определять стили и направления в искусстве;	Умеет - определять стили и направления в искусстве;	Уверенно умеет - определять стили и направления в искусстве;	
	Владение: ОПК-7 понятийным аппаратом, определяющи м специфику стилей и направлений в искусстве;	Не владеет - понятийным аппаратом, определяющи м специфику стилей и направлений в искусстве;	Владеет - понятийным аппаратом, определяющи м специфику стилей и направлений в искусстве;	Уверенно владеет понятийным аппаратом, определяющи м специфику стилей и направлений в искусстве;	
	Знание ПК-2 истории развития стилей и направлений в искусстве;	НЕ знает - историю развития стилей и направлений в искусстве;	Знает - историю развития стилей и направлений в искусстве;	Уверенно знает историю развития стилей и направлений в искусстве;	
	Умение: ПК-2 выполнять анализ стилей и направлений в искусстве	НЕ умеет выполнять анализ стилей и направлений в искусстве	Умеет выполнять анализ стилей и направлений в искусстве	Уверенно умеет выполнять анализ стилей и направлений в искусстве	
	Владение: ПК-2 знаниями характеристи к стилей и направлений в искусстве;	НЕ владеет знаниями характеристи к стилей и направлений в искусстве;	Владеет знаниями характеристи к стилей и направлений в искусстве;	Уверенно владеет знаниями характеристи к стилей и направлений в искусстве;	
Повышенный	Знание ОПК-7- основные понятия дисциплины;				Уверенно знает основные понятия дисциплины
	Умение: ОПК-7 определять				Уверенно умеет - определять

	стили и направления в искусстве;				стили и направления в искусстве;
	Владение: ОПК-7 понятийным аппаратом, определяющим специфику стилей и направлений в искусстве;				Уверенно владеет понятийным аппаратом, определяющим специфику стилей и направлений в искусстве;
	Знание ПК-2 истории развития стилей и направлений в искусстве;				Уверенно знает историю развития стилей и направлений в искусстве;
	Умение: ПК-2 выполнять анализ стилей и направлений в искусстве				Уверенно умеет выполнять анализ стилей и направлений в искусстве
	Владение: ПК-2 знаниями характеристик стилей и направлений в искусстве;				Уверенно владеет знаниями характеристик стилей и направлений в искусстве;

Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль

Рейтинговая оценка знаний студента

№ п/п	Вид деятельности студентов	Сроки выполнения	Количество баллов
1.	Практическое занятие	6 неделя	25
2.	Практическое занятие	10 неделя	30

	Итого за 7 семестр	55
--	---------------------------	-----------

Максимально возможный балл за весь текущий контроль устанавливается равным **55**. Текущее контрольное мероприятие считается сданным, если студент получил за него не менее 60% от установленного для этого контроля максимального балла. Рейтинговый балл, выставаемый студенту за текущее контрольное мероприятие, сданное студентом в установленные графиком контрольных мероприятий сроки, определяется следующим образом:

Уровень выполнения контрольного задания	Рейтинговый балл (в % от максимального балла за контрольное задание)
Отличный	100
Хороший	80
Удовлетворительный	60
Неудовлетворительный	0

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета как отдельное контрольное мероприятие не проводится, оценивание знаний обучающегося происходит по результатам текущего контроля.

Зачет выставляется по результатам работы в семестре, при сдаче всех контрольных точек, предусмотренных текущим контролем успеваемости. Если по итогам семестра обучающийся имеет от 33 до 60 баллов, ему ставится отметка «зачтено». Обучающемуся, имеющему по итогам семестра менее 33 баллов, ставится отметка «не зачтено».

Количество баллов за зачет ($S_{зач}$) при различных рейтинговых баллах по дисциплине по результатам работы в семестре

Рейтинговый балл по дисциплине по результатам работы в семестре ($R_{сем}$)	Количество баллов за зачет ($S_{зач}$)
$50 \leq R_{сем} \leq 60$	40
$39 \leq R_{сем} < 50$	35
$33 \leq R_{сем} < 39$	27
$R_{сем} < 33$	0

При дифференцированном зачете используется шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине в оценку по 5-балльной системе

Шкала пересчета рейтингового балла по дисциплине в оценку по 5-балльной системе

Рейтинговый балл по дисциплине	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	<i>Отлично</i>
72 – 87	<i>Хорошо</i>
53 – 71	<i>Удовлетворительно</i>
< 53	<i>Неудовлетворительно</i>

8.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

8.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования

компетенций.

Текущая аттестация студентов проводится преподавателем, ведущим практические занятия в следующих формах:

- Собеседование;
- Представление творческого задания.

Максимальное количество баллов студент получает, если:

- все задания сданы вовремя;
- творческое задание отвечает требованиям;
- студент правильно отвечает на все заданные вопросы;
- обладает достаточными знаниями для поддержания дискуссии.

Основанием для снижения оценки являются:

- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в дискуссиях;
- отсутствие умения применить теоретические знания для решения практических задач;
- несвоевременность предоставления творческого задания;
- не соответствие творческого задания, поставленной задаче.

Критерии оценивания конспектов тем, творческих работ приведены в Фонде оценочных средств.

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем практических занятий, темы и виды самостоятельной работы. По каждому виду самостоятельной работы предусмотрены определённые формы отчетности.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить следующие виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации

№ п/п	Виды самостоятельной работы	Рекомендуемые источники информации (№источника)			
		Основная	Дополнительная	Методическая	Интернет - ресурсы
1	Самостоятельное изучение литературы	1	1	1	1,2,
2	Творческий проект	1	1	1	1,2,

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

10.1.1. Перечень основной литературы:

1. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — 978-5-9729-0217-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78249.html>.

10.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Профобразование, 2017. — 271 с. — 978-5-4488-0094-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63814.html>

10.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

1. Методические рекомендации для студентов по организации самостоятельной работы по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии».
2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии».

10.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» - <http://biblioclub.ru>
2. Лицензионная полнотекстовая база электронных изданий —ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru>

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения информационных справочных систем

Программное обеспечение:

Microsoft Windows Professional Russian Upgrade (номер лицензии 61541869);
Microsoft Office Russian License (номер лицензии 61541869)
GhostTown 1.0 3ds Max (реквизиты подтверждающего документа 0653X37PZITBGYX1RT98)
Adobe Design Std CS6 6.0 MLP AOO
License RU (65163295)
Certificate Number: 11779866
Issue Date: Oct 10, 2013
CorelDRAW Graphics Site X7 Education Lic (5-50) (111222333) Corel License number: 105717
Effective date: 31-08-2015
ARCHICAD (реквизиты подтверждающего документа S88RV-26C8H-5SL5T-3ATS5)
3ds Max (бесплатный)
Adobe Illustrator CS6 16.0 MLP AOO License RU (65165850)
Photoshop Extended CS6 13.0 MLP AOO License RU (65170869) Certificate Number: 11909710
Issue Date: Nov 27, 2013
VideoStudio Professional X6 Classroom License (15+1) (Договор № 99-за/13 от 3 сентября 2013г.)
V-Ray 2.0 для 3ds Max + rdplayer, учебный (англ.) (Договор № 2018-10-22-01 от 22 октября 2018г.)

12. Описание материально – технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

специализированная учебная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации и учебно-наглядное пособие:

Компьютеры в сборе в составе Core i5-2400/819Mb/500 CTS450/DVD – 15 шт.

Ноутбук Lenovo Idea Pa Z570A i5-2410/4G/500G/DVI Smulti/15/6*HD/NV GT520 -1шт.

Ноутбук Asus Idea Pa Z570A i5-2410/4G/500G/DVI Smulti/15/6*HD/NV GT520-1шт.