

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 11:32:35

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания

по выполнению практических работ

по дисциплине

«ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

для студентов направления подготовки

54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) «Графический дизайн»

(ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТ)

**Пятигорск
2021г.**

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Наименование практических занятий	5
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ	6
Тема 1. Практическое занятие № 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы	
Тема 2. Практическое занятие № 2. Понятие рекламной коммуникации.	
Тема 3. Практическое занятие № 3. Задачи разработки рекламной концепции товара.	
Тема 4. Практическое занятие № 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.	
Тема 5. Практическое занятие № 5. Понятие сценарного моделирования.	
Тема 6. Практическое занятие № 6. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.	
Тема 7. Практическое занятие № 7. Творческая реклама	

ВВЕДЕНИЕ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью методических рекомендаций по изучению дисциплины является закрепление и углубление знаний, полученных при изучении теоретического материала по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии».

Целью преподавания дисциплины Дизайн и рекламные технологии является формирование творческого мышления, объединение знаний основных принципов создания рекламных образов, с последующим выполнением дизайна рекламной продукции.

Задачи дисциплины:

Подготовка выпускника к художественной деятельности в области современного дизайна на основе методов и средств создания художественного образа. Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Перечень осваиваемых компетенций:

индекс	формулировка
ОПК-6	Способен решать задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ПК-2	Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи
ПК-4	Способен анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом	ОПК-6

требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4

Наименование практических занятий

№ Темы дисциплины	Наименование тем лабораторных работ	Объем часов (астр.)	Интерактивная форма проведения
5 семестр			
1.	Тема 1. Практическое занятие № 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы	1.50	
2.	Тема 2. Практическое занятие № 2. Понятие рекламной коммуникации.	1.50	
3.	Тема 3. Практическое занятие № 3. Задачи разработки рекламной концепции товара.	1.50	
4.	Тема 4. Практическое занятие № 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.	3	
5.	Тема 5. Практическое занятие № 5. Понятие сценарного моделирования.	1.50	
6.	Тема 6. Практическое занятие № 6. Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.	3	
7.	Тема 7. Практическое занятие № 7. Творческая реклама.	1.50	
Итого за 5 семестр		13.5	
	Итого	13.5	

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1. Понятие «дизайн и рекламные технологии», развитие отечественной рекламы

Цель занятия: дать студентам понятие о дисциплине «Дизайн и рекламные технологии».

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи	ПК-4

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о основе рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.

Теоретическая часть:

Формирование рекламного дизайна. Задачи и объекты рекламного дизайна. Потребности российского дизайна в настоящее время. Специфика рекламы в сфере дизайна. Творческая концепция.

Рассматриваемые вопросы

1. *Психология восприятия рекламного продукта потребителем.*
 2. *Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта.*
- Семиотика рекламы

Технология работы

1. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий восприятия рекламного продукта потребителем*
2. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий создания эффективного рекламного продукта.*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

1. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
2. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
3. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
4. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
6. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>

2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>

3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>

4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2. Понятие рекламной коммуникации.

Цель занятия: рассмотреть механизмы рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о механизмах рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.

Теоретическая часть:

Понятие творческой стратегии. Определение творческой стратегии. Понятие заказчика, как объекта дизайнерского творчества. Организация творческого процесса.

Рассматриваемые вопросы

1. Понятие рекламной коммуникации.
2. Понятие творческой стратегии.
3. Определение творческой стратегии.
4. Понятие заказчика, как объекта дизайнерского творчества.
5. Организация творческого процесса.

Технология работы

1. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий рекламной коммуникации.*
2. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий творческой стратегии.*
3. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий заказчика, как объекта дизайнерского творчества.*
4. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий творческого процесса.*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

7. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
8. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
9. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
10. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
11. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
12. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3. Задачи разработки рекламной концепции товара.

Цель занятия: рассмотреть задачи разработки рекламной концепции товара, понятие дизайн-концепции товара, взаимодействие дизайн – концепции и рекламной концепции.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4

Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
--	------

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о рекламных концепциях товара, понятие дизайн-концепции товара, взаимодействие дизайн – концепции и рекламной концепции

Теоретическая часть:

Понятия дизайн - концепции товара. Взаимодействия дизайн – концепции и рекламной концепции. Типы условности. Творческий «максимум» в дизайне концепции.

Рассматриваемые вопросы

1. *Задачи разработки рекламной концепции товара.*
2. *Понятие дизайн-концепции товара.*
3. *Взаимодействие дизайн-концепции и рекламной концепции.*

Технология работы

1. *Рассмотрение примеров проведения разработки рекламной концепции товара.*
2. *Выступление студентов с раскрытием основных понятий дизайн-концепции товара.*
3. *Рассмотрение примеров использования дизайн-концепции и рекламной концепции.*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

13. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
14. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
15. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
16. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
17. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
18. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4. Сущность теории УТП, теория позиционирования.

Цель занятия: дать студентам понятие о теории уникального торгового предложения.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и	ОПК-6

графических программных продуктов.	
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о теории уникального торгового предложения.

Теоретическая часть:

Атрибутивное позиционирование; позиционирование достоинств; позиционирование применения; пользовательское позиционирование; конкурентное позиционирование; позиционирование категории; позиционирование качества/престижа; ценовое позиционирование

Задание

1. Провести анализ сущности теории УТП, теория позиционирования.

Технология работы

1. Выступление студентов с раскрытием основных понятий сущности теории УТП, теории позиционирования.
2. Выбрать регион России для проведения анализа теории УТП, теории позиционирования.
3. Определить набор показателей для анализа теории УТП, теории позиционирования.
4. Обсуждение результатов работы.

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.

2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.

3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

19. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
20. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
21. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
22. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
23. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
24. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 5. Понятие сценарного моделирования.

Цель занятия: *дать понятие сценарного моделирования. Рассмотреть планирование рекламной кампании.*

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия об основах сценарного моделирования. Рассмотреть планирование рекламной кампании.

Теоретическая часть:

Планирование рекламной кампании. Теоретические аспекты планирования рекламной кампании; Определение цели рекламной кампании; Определение целевой аудитории; Предварительный выбор рекламных площадок; Выбор форматов носителей; Составление и оптимизация медиаплана.

Рассматриваемые вопросы

1. *Понятие сценарного моделирования.*
2. *Планирование рекламной кампании.*

Технология работы

1. *Сообщения студентов о понятии сценарного моделирования.*
2. *Сообщения студентов о понятии рекламной кампании.*
3. *Рассмотрение методов оценки рекламной кампании.*
4. *Рассмотрение примеров рейтингов качества рекламной кампании.*
5. *Рассмотрение возможностей улучшения качества рекламной кампании.*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

25. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
26. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
27. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
28. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
29. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
30. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>

4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс].
Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 6. Природа рекламного воздействия.

Цель занятия: рассмотреть социально – психологические основы дизайна рекламных технологий.

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2
Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн- проекта	ПК-4

Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
--	------

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия о *психологических основах дизайна рекламных технологий*.

Теоретическая часть:

Природа рекламного воздействия. Потребности и мотивы. Формы рекламного воздействия.

Вопросы

1. *Природа рекламного воздействия.*
2. *Потребности и мотивы.*
3. *Формы рекламного воздействия.*

Технология работы

1. *Сообщения студентов о понятии рекламного воздействия.*
2. *Рассмотрение методов оценки рекламного воздействия.*
3. *Рассмотрение примеров рейтингов рекламного воздействия..*
4. *Рассмотрение возможностей улучшения рекламного воздействия..*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

31. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
32. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
33. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
34. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.
35. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
36. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 7. Творческая реклама.

Цель занятия: *изучить креативные концепции рекламного обращения.*

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

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: информационно-коммуникационные технологии и методы переработки информации с учетом требований к ее библиографическому оформлению; графические редакторы и методы подбора оптимального программного продукта для профессионального решения дизайнерских задач; специфику работы с устройствами ввода и вывода графической информации.	ОПК-6
Уметь: ориентироваться в области информационно-коммуникационных технологий; оформлять переработанную информацию с учетом требований к ее библиографическому оформлению; обрабатывать графическую информацию для решения задач профессиональной деятельности с использованием информационных технологий и графических программных продуктов.	ОПК-6
Владеть: практическими навыками работы с программными продуктами графического дизайна и устройствами ввода и вывода графической информации. Навыками организации графического изображения, и создания неординарных решений с применением компьютерных программ и информационно-коммуникационных технологий для реализации художественного замысла.	ОПК-6
Знать: правила и принципы творческого решения дизайнерской задачи;	ПК-2
Уметь: выражать свои замыслы и идеи графическим способом; формулировать концепцию проектной идеи; преобразовать концептуальную идею в графический вид	ПК-2

Владеть: аргументированной разработкой проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК-2
Знать: методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4
Уметь: анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта	ПК-4
Владеть: владеет методами изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта	ПК-4

Актуальность темы объясняется необходимостью получения понятия об основах креативных концепций рекламного обращения.

Теоретическая часть:

Рациональная реклама. Подражательная реклама. Имиджевая реклама. Позиционирующая реклама. Патерналистская реклама.

Рассматриваемые вопросы

1. *Творческая реклама.*
2. *Рациональная реклама.*
3. *Подражательная реклама.*
4. *Имиджевая реклама.*
5. *Позиционирующая реклама.*
6. *Патерналистская реклама.*

Технология работы

1. *Рассмотрение этапов и последовательности разработки документов и механик рассматриваемых видов рекламы.*

Перечень основной литературы

1. Ромат, Е.В. Реклама: Е.В. Ромат - СПб.: Питер, 2012.
2. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе: А. А. Данилов - М.: Изд-во ДАН, 2013.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие/ Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.

Перечень дополнительной литературы

37. Яцюк, О. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама: Справ.-практ. руководство/ О. Яцюк, Э. Романычева- СПб.: БХВ-Петербург, 2001.
38. Дизайн выставок: М.: ИД РИП-холдинг, 2006.
39. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: самоучитель/ В. Д. Курушин - М.: ДМК Пресс, 2006.
40. Михайленко, В. Свет и тени рекламы: учебное пособие/ В. Михайленко- Ставрополь: Ставропольская правда, 1995.

41. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник/ Ф.Г. Панкратов- М.: ИВЦ "Маркетинг", 1998.
42. Рогожин, М.Ю. Теория и практика рекламной деятельности: Учеб. пособие/ М.Ю. Рогожин- М.: Изд-во РДЛ, 2002.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.
2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». Ставрополь : СКФУ, 2021.

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

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека BOOK.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС BOOK.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>
4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>