

**КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
АВТОНОМНОЙ НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Направления подготовки 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) «Графический дизайн»

Форма обучения: очная

Объем дисциплины:

в зачетных единицах: 3 з.е.

в академических часах: 108 ак.ч.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Рабочая программа по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Графический дизайн», составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1015 от 13.08.2020 г.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков от 21 марта 2025 г., протокол № 7

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от «2» апреля 2025 г., протокол № 3.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	5
4.	Объем дисциплины и виды учебной работы	6
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий	7
	5.1. Содержание дисциплины	7
	5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий	8
6.	Лабораторные занятия	9
7.	Практические занятия	9
8.	Примерная тематика курсовых работ (проектов)	10
9.	Самостоятельная работа студента	10
10.	Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций	12
11.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины	12
12.	Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины	13
13.	Материально–техническое обеспечение дисциплины	14
	Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)	15

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» – вооружить студентов знаниями, отвечающими современному уровню развития технологиям дизайна рекламы, дать представление о языке рекламы, показать, как, с помощью визуальных средств рекламы сформировать положительный образ товара или услуги и обосновать мотивацию его приобретения.

Задачи:

- формирование способностей к самостоятельному анализу и поиску информации, необходимой для решения проектных задач;
- определять типологию объектов дизайна;
- формирование ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;
- применение архетипов человеческих образов в современных рекламных мирах;
- применять методы разработки и продвижения новых рекламных идей;
- учитывать особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей;
- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
- навыками выполнения графических работ, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы – программы бакалавриата по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Графический дизайн».

Код компетенции	Предшествующие дисциплины (модули), практики	Изучаемые в текущем семестре дисциплины (модули), практики	Последующие дисциплины (модули), практики
ПК - 1	Проектный практикум Мультимедийные технологии в дизайне	Учебная практика, учебно-ознакомительная практика	Производственная практика, проектно-технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика
ПК-2.	Проектный практикум	Учебная практика, учебно-ознакомительная практика	Производственная практика, проектно-технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика
ПК - 3	Проектный практикум	Проектирование в дизайне среды Компьютерные технологии в дизайне	Производственная практика, проектно-технологическая практика Производственная практика, преддипломная практика

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальных компетенций – ПК-1, ПК-2, ПК-3.

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-1. Способен составлять по типовой форме, обсуждать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, правильно определять композиционные приемы и стилистические особенности, предварительно прорабатывать эскизы объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.2. Использует средства дизайна, в том числе специальные компьютерные программы для разработки эскизов и оригиналов элементов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации. Уметь: проводить сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации. Владеть: навыками анализа аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации.
ПК-2. Способен использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК - 2.2 Применяет специальные компьютерные программы на различных этапах проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: как учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств. Уметь: учитывать при разработке осуществляет творческую разработку сложных авторских объемно-планировочных решений. Владеть: навыком учитывать при разработке художественного замысла особенностей материалов с учетом их формообразующих свойств
ПК-3. Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов	ПК-3.2 Находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожела-	Знать: Основные задачи конструирования, оформления и иллюстрирования печатных изданий, основные форматы изданий; .Основные правила набора и верстки разных видов текста; Основные правила верстки иллюстраций; Принципы художественно-технического редактирования

	ний заказчика и пред- почтений целевой аудитории	сложно структурных изданий Уметь: Делать правильный подбор худо- жественного оформления издания и систе- му размещения информации для различно- го назначения Владеть: Правильным подбором художе- ственного оформления издания и системы размещения информации для различного назначения
--	--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины и виды учебной работы в академических часах с выделением объема контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся

очная форма обучения

Вид учебной деятельности		Ак. часов	
		Всего	По семестрам 7 семестр
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем:		37	37
Аудиторные занятия, часов всего, в том числе:		36	36
• занятия лекционного типа		18	18
• занятия семинарского типа:		18	18
практические занятия		18	18
лабораторные занятия		-	-
в том числе занятия в форме практической подготовки		-	-
Консультации		0,5	0,5
Контактные часы на аттестацию в период экзаменационных сессий		0,5	0,5
2. Самостоятельная работа студентов, всего		71	71
- курсовая работа (проект)		-	-
- изучение учебного/теоретического материала (по конспектам лекций), изучение основной и дополнительной литературы		21	21
-написание рефератов		25	25
- выполнение тестов		25	25
3.Промежуточная аттестация: зачет		-	-
ИТОГО:	ак. часов	108	108
Общая трудоемкость	зач. ед.	3	3

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»

Понятийно-терминологический аппарат. Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.

Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы

Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологические особенности и тип личности заказчика. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту.

Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа

Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы. Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека. Культурный код в рекламе.

Тема 4. Креативная реклама

Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.

Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы

Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе. Метафора в рекламе.

Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе

Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.

Тема 7. Законы гармоничной композиции

Основное средство выражения художественного образа – форма. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном.

Тема 8. Конструктивная структура рекламы

Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

Тема 9. Рекламные технологии

Графические рекламные носители, классификация. Современные рекламные технологии. Технологии рекламного воздействия

Тема 10. Печатная реклама и ее элементы

Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.

Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы

Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Световая реклама, принципы ее проектирования. Реклама на транспорте.

5.2. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Виды занятий, включая самостоятельную работу студентов (в ак. часах)			Индикаторы достижения компетенций
		занятия лекционного типа	занятия семинарского типа / из них в форме практической подготовки	самостоятельная работа	
1.	Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	1		1	ПК-1, ПК-2, ПК-4
2.	Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	1		7	ПК-1, ПК-2
3.	Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа	1	2	7	ПК-4
4.	Тема 4. Креативная реклама	1	2	7	ПК-1, ПК-2
5.	Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы	2	2	7	ПК-4
6.	Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе	2	2	7	ПК-1, ПК-2
7.	Тема 7. Законы гармоничной композиции	2	2	7	ПК-4
8.	Тема 8. Конструктивная структура рекламы	2	2	7	ПК-1, ПК-2
9.	Тема 9. Рекламные технологии	2	2	7	ПК-4
10.	Тема 10. Печатная реклама и ее элементы	2	2	7	ПК-1, ПК-2
11.	Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы	2	2	7	ПК-4
	Итого	18	18	71	

6. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия не предусмотрены.

7. Практические занятия

№ п/п	Наименование раз- дела, темы дисциплины	Содержание практических занятий	Объем (ак.час.)
			Очная фор- ма обучения
3	Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ психологических особенностей и типов личности заказчика. Анализ архетипов и символов в современной рекламе. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	2
4	Тема 4. Креативная реклама	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ креативной рекламы. Разработка креативной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.	2
5	Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы	Закрепление теоретических знаний на практике. Выявление влияния физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.	2
6	Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ цвета в рекламе. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка рекламы продукта по заданной теме с учетом цветовых предпочтений потребителя по заданной теме. Оформление в виде графических листов.	2
7	Тема 7. Законы гармоничной композиции	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов.	2
8	Тема 8. Конструктивная структура рекламы	Закрепление теоретических знаний на практике. Работа с основными схемами композиции рекламы и их зрительного восприятия. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.	2
9	Тема 9. Рекламные технологии	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ графических рекламных носителей. Анализ современных рекламных технологий. Анализ технологии рекламного воздействия	2
10	Тема 10. Печатная реклама и ее элементы	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ вербальных и визуальных элементов печатной рекламы.	2
11	Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы	Закрепление теоретических знаний на практике. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	2
	Итого		18

8. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

9. Самостоятельная работа студента

Методические материалы

Самостоятельная работа студента при изучении дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» направлена на закрепление теоретических знаний, полученных в ходе лекционных занятий, сформировать навыки в соответствии с требованиями, определенными в ходе занятий семинарского типа.

Виды самостоятельной работы студента при изучении дисциплины:

- работа с конспектами лекций и(или) иными учебными материалами, в том числе электронными,
- изучение основной и дополнительной литературы, источников Интернет,
- подготовка к практическим занятиям,
- выполнение тестов,
- подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации

Реферат – публичное выступление, представленное в письменном виде, содержит сообщения с анализом данных.

Реферат:

- содержит уже опубликованные в нескольких источниках сведения;
- базируется на фактическом материале, достоверной информации, которые используются в качестве актуального иллюстрирования;
- представляет интерес с точки зрения позиций научного, культурного, социального, политического, экономического, юридического характера;
- способы решения просматриваются через предложенную для обсуждения тему;
- не имеет субъективной оценки;
- выстраивается по определенным стандартам структурно и стилистически;
- может достигать значительных размеров;
- в композиционной структуре ясно обозначены вступительная, основная, заключительная части; страницы, где указаны планы, разделы, выводы, список литературы.

Во вступлении должна быть четко обоснована актуальность, указываться адрес и дата каждой публикации. Основная часть – обзорная или тезисная, с фиксированными результатами и описанием возможностей для последующего применения.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если исследование выполнено на основе самостоятельно проведенного анализа материала, с использованием актуальной информации, учебных и научных источников. Во время выступле-

ния используется презентация или иной демонстрационный материал, в котором студент прекрасно ориентируется. Студент показал владение специальным научным аппаратом, ясно и четко излагает содержание доклада, отвечает на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если исследование выполнено на основе самостоятельно проведенного анализа материала, с использованием актуальной информации, учебных и научных источников, обоснована практическая и теоретическая актуальность работы, выводы автора самостоятельны и достаточно аргументированы. Студент владеет терминологией, четко излагает основные положения доклада, но испытывает затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если исследование выполнено только с использованием учебной литературы, без привлечения дополнительных научных источников. Студент показывает знания базовых научных терминов, последовательно излагает содержание работы, но испытывает серьезные затруднения при ответе на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если исследование носит не самостоятельный характер, использована устаревшая информация. Полученные результаты не соответствуют поставленной цели, отсутствуют аргументированные выводы. Студент не отвечает на дополнительные вопросы.

Тесты – это система формализованных заданий, по результатам выполнения которых можно измерить уровень знаний, умений и навыков обучающегося.

Критерии оценки тестов:

85% – 100% правильных ответов – «отлично»;

75% – 84% правильных ответов – «хорошо»;

50% – 75% правильных ответов – «удовлетворительно»;

менее 50 % правильных ответов – «неудовлетворительно».

Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»

Анализ материала по темам: Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Место графического дизайна в рекламе. Работа с понятийно-терминологическим аппаратом

Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы

1. Изучение лекционного материала по пройденной теме.

2. Подбор и анализ материала по теме

Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Подготовка творческого задания и доклада

Тема 4. Креативная реклама

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Работа над творческим заданием и презентацией

Тема 5. Универсальные законы восприятия композиции рекламы

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Подготовка презентации по заданной теме

Тема 6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Работа над проектом

Тема 7. Законы гармоничной композиции

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Выполнение домашнего задания по теме

Тема 8. Конструктивная структура рекламы

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Выполнение творческого задания с презентацией

Тема 9. Рекламные технологии

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Выполнение творческого задания с презентацией

Тема 10. Печатная реклама и ее элементы

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Выполнение творческого задания с презентацией

Тема 11. Особенности дизайна наружной рекламы

1. Изучение лекционного материала по теме.

2. Выполнение творческого задания с презентацией

10. Оценивание результатов обучения и уровня сформированности компетенций

Оценивание результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций (части компетенции) осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации в соответствии с оценочными материалами.

11. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

основная литература

1. Рекламная деятельность : учебник / В.Д. Секерин, М.А. Измайлова, Э.Ю. Матвеев [и др.] ; под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303>

2. Романов, А. А. Разработка рекламного продукта : учебное пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2025. — 256 с. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2188885>

дополнительная литература

1. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 390 с. - ISBN 978-5-394-05301-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2041734>

электронные библиотечные системы (ЭБС) и электронные образовательные ресурсы

Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM – <https://znanium.com/>

Электронная библиотечная система BOOK.ru – <https://www.book.ru/>

Электронный каталог Университета – Автоматизированная информационная библиотечная система (АИБС «МегаПро»)

12. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины

1) Лицензионное программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

– Windows 10 Edu, Microsoft Office (годовая подписка «Desktop School ALNG LicSARk MVL» (MS Windows и MS Office)

– Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ» версия 3.3 (отечественное ПО)

2) Свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

– 7-Zip (свободный файловый архиватор с высокой степенью сжатия данных) (отечественное ПО)

– AIMP Бесплатный аудио проигрыватель (лицензия бесплатного программного обеспечения) (отечественное ПО)

– FastStone Image Viewer (программа для просмотра изображений в Microsoft Windows (лицензия бесплатного программного обеспечения))

– Foxit Reader (Бесплатное прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (лицензия бесплатного программного обеспечения))

3) Профессиональные базы данных:

База данных Института философии РАН: Философские ресурсы: Текстовые ресурсы. Режим доступа: <https://iphras.ru/page52248384.htm>

Цифровая библиотека по философии. Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/>

4) Информационные справочные системы:

www.consultant.ru – СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями

лями (подписка на ПО).

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде.

13. Материально–техническое обеспечение дисциплины

Образовательный процесс обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, а именно для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа.

Технические средства обучения: персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) – 1.

Учебная аудитория для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Рабочее место преподавателя (стол, стул), рабочие места обучающихся, доска для написания мелом, кафедра.

Технические средства обучения: персональный компьютер-1, мультимедийное оборудование (проектор, проекционный экран) – 1.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Рабочие места обучающихся.

Технические средства обучения:

персональный компьютер - 13.

Учебные аудитории соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Обновление рабочей программы дисциплины (модуля)

Наименование раздела рабочей программы, в который внесены изменения

(измененное содержание раздела)

обсуждено и рекомендовано к утверждению решением кафедры
_____ от ____ ____ 20__ г., протокол № ____

одобрено Научно-методическим советом _____ от ____ ____ 20__ г.,
протокол № ____