

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.04.02  
(индекс дисциплины)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дизайн и рекламные технологии**

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки  
54.03.01 Дизайн

направленность (профиль)  
Графический дизайн

Форма обучения: очная

Год набора: 2022

Общая трудоемкость: 5 ЗЕ

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр	7	Итого
Форма контроля	Экзамен	
Вид занятий		
Лекции	16	16
Лабораторные	-	-
Практические	32	32
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР	-	-
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	48,35	<b>48,35</b>
Самостоятельная работа	96	<b>96</b>
Контроль	35,65	<b>35,65</b>
Итого	180	<b>180</b>

Рабочую программу составил:

доцент, кандидат культурологии, Шилехина М.С.

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

Рецензирование рабочей программы дисциплины:



Отсутствует



Рецензент

*(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)*

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки

54.03.01 Дизайн

Срок действия рабочей программы дисциплины до «28» августа 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании центра дизайна

(протокол заседания №11 от «19» июля 2021 г.).

## 1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)

Цель – получение студентами базовых знаний в области изучения рекламного рынка перед началом планирования рекламной компании средствами дизайн-проектирования. Изучение роли маркетинговых коммуникаций в формировании сознания потребителей в процессе описания и оценивания социальной рекламы. Анализ особенностей формирования собственного «языка» рекламной коммуникации, оперируемых ею символами, образами, темами. Освоение метода структурного анализа в рамках исследования пространства товарных категорий. Изучение роли дизайн-технологий и проектных методов в формировании рекламного пространства.

## 2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Предпринимательская деятельность. Коммерциализация РИД», «Проектирование в графическом дизайне 2», «Компьютерные технологии в дизайне 5», «Дизайн культурного городского пространства», «Художественно-техническое редактирование печатных изданий», «Современное издательское дело», «Производственная практика (проектно-технологическая практика)», «Художник театра и кино (событийный дизайн)».

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Проектирование в графическом дизайне 4», «Компьютерные технологии в дизайне 7», «Дизайн-мышление 2», «Иллюстрации», «Инфографика», «Производственная практика (преддипломная практика)».

## 3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-2. Способен определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений проектных задач и методологических подходов к выполнению дизайн-проекта.	ПК-2.1. Определяет специфические требования к каждому отдельному дизайн-проекту и может оценить специфику его выполнения.	Знать: ключевые этапы специфические требования к каждому отдельному дизайн-проекту
		Уметь: использовать углубленные теоретические и практические знания при изучении специфических требований к каждому отдельному дизайн-проекту
		Владеть: навыками применения передовых знаний в данном предмете.
	ПК-2.2. Формирует набор возможных решений проектных задач и методологических подходов к выполнению дизайн-проекта.	Знать: набор возможных решений проектных задач и методологических подходов к выполнению дизайн-проекта.
		Уметь: использовать знания набор возможных решений проектных задач и

<b>Формируемые и контролируемые компетенции</b> (код и наименование)	<b>Индикаторы достижения компетенций</b> (код и наименование)	<b>Планируемые результаты обучения</b>
		методологических подходов к выполнению дизайн-проекта.
		Владеть: навыками применения профессионального общения.
	ПК-2.3. Синтезирует методологические подходы для выполнения каждого конкретного дизайн-проекта.	Знать: передовые открытия в области методологических подходов для выполнения каждого конкретного дизайн-проекта.
		Уметь: использовать знания о методологических подходах для выполнения каждого конкретного дизайн-проекта.
		Владеть: навыками использования методологических подходов для выполнения каждого конкретного дизайн-проекта.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Индивидуальное домашнее задание	Выполнение графических заданий	7	96	-	+	Индивидуальное домашнее задание
	Промежуточная аттестация	Промежуточная аттестация	7	0,35	-	+	
Модуль 1. Принципы бионического и динамического формообразования в дизайн-проектировании	Лекция 1	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Определение понятия "реклама". Цели, задачи и средства рекламной деятельности.	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Практическое занятие 1	Проект: Подготовка макета рекламной продукции предприятия ( по выбору)	7	2	10	+	Творческое задание

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Лекция 2	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры. Отличие рекламной деятельности от сейлз- промоушен, ПР- деятельности и директ-маркетинга. Классификация рекламной деятельности и классификация рекламных средств.	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Практическое занятие 2	Проект: Проблемы визуализации информации. Роль заголовка в структуре	7	2	10	+	Творческое задание

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Лекция 3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Проблемы визуализации информации. Роль заголовка в структуре рекламного текста	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Лекция 4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Рекламная кампания	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 3	Проект: исследования в проектных командах	7	2	10	+	Творческое задание

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Лекция 5	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: План рекламной кампании.	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Практическое занятие 4	Проект: исследования в проектных командах	7	2	10	+	Творческое задание
	Лекция 6	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Маркетинговые инструменты продвижения продукта.	7	2	-	+	Творческое задание



Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Практическое занятие 5	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Лекция 7	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Правила проведения презентации	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 6	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 7	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 8	Проект: исследования в проектных командах	7	2	10	+	Творческое задание
	Практическое занятие 9	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного)
	Практическое занятие 10	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 11	Проект: исследования в проектных командах	7	2	10	+	Творческое задание
	Практическое занятие 12	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты
	Практическое занятие 13	Проект: исследования в проектных командах	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 14	Проект: исследования в проектных командах	7	2	10	+	Творческое задание
	Лекция 8	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты: Проблемы визуализации информации. Пути поиска креатива в рекламе	7	2	-	+	Творческое задание
	Практическое занятие 15	Проект: Защита проектных работ	7	2	-	+	Проект

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного
	Практическое занятие 16	Проект: Защита проектных работ	7	2	20	+	Проект
	Подготовка к экзамену		7	35,65			
	Посещаемость		7		10		
Итого:				180	100		

## 5. Образовательные технологии

При обучении используются следующие образовательные технологии, направленные на формирование компетенций выпускника:

- технология традиционного обучения (индивидуальное домашнее задание, практическое занятие)
- технология развития критического мышления (круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты)
- технология проектного обучения (проект, творческое задание)

## 6. Методические указания по освоению дисциплины

Данная дисциплина носит практико-ориентированный творческий характер обучения. В рамках курса важно практически освоить и применить ключевые инструменты маркетинга и менеджмента в контексте работы дизайнера, поэтому все практические задания и теоретический материал должен быть нацелен на практическое применение полученных знаний на практике. Также важна творческая атмосфера занятия, которая бы способствовала раскрытию креативного потенциала студентов.

По данной дисциплине экзамен проводится в формате презентации проектов. Презентация проектов проводится проектными командами в соответствии со следующим порядком: доклад команды, раскрывающий основной замысел проекта, в течение 7-10 минут; ответы на вопросы преподавателей 7-10 минут.

В начале доклада проектная команда называет тему работы, далее раскрывает ее содержание. Особое внимание в докладе должно быть уделено новизне полученных результатов и возможной их практической и научной значимости. По окончании доклада члены комиссии задают студенту вопросы в соответствии с темой и содержанием работы, для выявления его знаний по вопросам, затронутым в работе и докладе.

## 7. Оценочные средства

### 7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
7	ПК-2	<i>Проект №1-4,8,11,14,16 Тестовые задания № 1-100 Вопросы к экзамену № 1-60</i>

### 7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

#### **7.2.1. Темы групповых и/или индивидуальных проектов**

(наименование оценочного средства)

1. Подготовка макета рекламной продукции предприятия ( по выбору)
2. Проблемы визуализации информации. Роль заголовка в структуре.
3. Исследования в проектных командах

Критерии оценки:

- 10 баллов - высокое качество выполнения практического задания
- 7 баллов - среднее качество выполнения практического задания;
- 5 баллов – среднее качество выполнения практического задания

3 балла - низкое качество выполнения практического задания

### **7.2.2. Темы групповых и/или индивидуальных проектов**

#### **1. Защита проектных работ**

Критерии оценки:

20 баллов - высокое качество количество и качество написания бизнес-плана и выполненных заданий в рамках командной работы, наличие всех этапов проекта, высокий уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

15 баллов -высокое качество количество и качество написания бизнес-плана и выполненных заданий в рамках командной работы, наличие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса, грамотная презентация проекта;

10 баллов - среднее качество количество и качество написания бизнес-плана и выполненных заданий в рамках командной работы, отсутствие всех этапов проекта, средний уровень владения темой курса;

5 баллов-низкое качество количество и качество написания бизнес-плана и выполненных заданий в рамках командной работы, отсутствие всех этапов проекта, низкий уровень владения темой курса;

### **7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

#### **7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации**

Семестр: 7

<b>№ п/п</b>	<b>Вопросы к экзамену</b>
1	Роль и значение рекламы в современном обществе.
2	Основные подходы к пониманию рекламы
3	Реклама. основные функции и классификации
4	Композиционные основы в рекламе
5	Социальная реклама. Основное понятие.
6	Принципы гармоничной композиции в рекламе.
7	Нормативно - правовая база рекламной деятельности в РФ.
8	Метод фокус групп как метод прогнозирования деятельности дизайнера рекламы
9	Основные школы мирового графического дизайна. Баухауз.
10	Структурный анализ рекламного пространства (временные границы, ограничения по объему, ограничения по маркетинговым показателям)
11	Графический дизайн как основной инструмент рекламы.
12	Классификация графического дизайна.
13	Развитие российской рекламы в 18-19 вв.
14	Творчество художников конструктивистов как отдельный этап развития советской рекламы.
15	Изобразительная реклама эпохи средневековья.
16	Развитие рекламы в Европе в 19 веке. Плакат и афиша.

17	Рекламная компания. основные требования и подходы к разработке медиаплана.
18	Реклама в прессе. Полиграфическая реклама, наружная реклама, компьютерная реклама и другие средства рекламы.
19	Креатив в рекламе. основные теории поиска творческой идеи.
20	История и теория рекламы. реклама в Античности.
21	Личность и самореклама. Самореклама.
22	Формы психических воздействий в рекламе.
23	Зарождение рекламы в первобытно - общинном строе. Протореклама.
24	Определение понятия "реклама". Цели, задачи и средства рекламной деятельности.
25	Отличие рекламной деятельности от сейлз - промоушен, ПР - деятельности и директ маркетинга.
26	Классификация рекламной деятельности и Классификация рекламных средств.
27	Рекламная деятельность как явление экономики, психологии и культуры.
28	Афиша как жанр рекламы в 19 веке. Творчество А. Мухи, А. де Тулуз Лотрека.
29	Принципы формирования командой.
30	Финансы и управление информацией. Формы финансовой отчетности
31	Современный тип организаций. Роль менеджера в современной организации
32	Исследования рынка. Методы маркетинговых исследований. Формы анализа проектных идей
33	Маркетинговые коммуникации.
34	Какая социальная проблема решается данным проектом.
35	Социальный портрет потребителя дизайн-проекта.
36	Аргументация выбора аналогов.
37	Основные положения проектного замысла.
38	Дизайн-мышление, как методология для создания инновационных дизайн-продуктов.
39	Дизайн-исследования. Методы и способы применения.
40	Дизайн-концепция как основа проектной деятельности дизайнера.
41	Команда дизайн-проекта. Управление междисциплинарной командой в рамках дизайн-проекта. Принципы формирования командой.
42	Закономерности зрительного восприятия формы и пространства. Свойства восприятия.
43	Аналитический, конструкторский и художественный аспекты деятельности дизайнера.
44	Коммуникационный план проекта.
45	Эмблемы как символика опознавания. Интернациональные и общенациональные опознаваемые идентификационные изображения.
46	Какая социальная проблема решается данным проектом

47	Социальный портрет потребителя дизайн-проекта.
48	Аргументация выбора аналогов.
49	Коммуникативный дизайн.
50	Серия. Серийный текст в визуальной коммуникации.
51	Креативность в профессиональной деятельности дизайнера. Личностные качества. Области профессионального применения.
52	Визуальное мышление. Визуальный язык.
53	Информация. Банк информации. Визуальная информация. Визуальный ряд. Изобразительная информация.
54	Визуально-коммуникативный подход в проектировании.
55	Визуальная коммуникация.
56	Стили в графическом дизайне.
57	Дизайн-мышление, как методология для создания инновационных дизайн-продуктов.
58	Семиотика. Знаки и знаковые системы. Семиотические исследования.
59	Дизайн-исследования. Методы и способы применения.
60	Ключевые имена и знаковые объекты в истории дизайна (по выбору студента).

### 7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
7	Экзамен	«отлично»	85-100 б. Высокий уровень креативности и образности в итоговом проекте, целостность и точность концепта проекта, наличие и высокое качество всех творческих и индивидуальных заданий, демонстрация владения в заданиях всеми изученными техниками графики на высоком уровне;
		«хорошо»	70-84 б. Средний уровень креативности и образности в итоговом проекте, целостность и точность концепта проекта, наличие и высокое качество всех творческих и индивидуальных заданий, демонстрация владения в заданиях всеми изученными техниками графики на высоком уровне;
		«удовлетворительно»	55-69 б. Низкий уровень креативности и образности в итоговом проекте, целостность и точность концепта проекта, наличие и низкое качество всех творческих и индивидуальных заданий, демонстрация владения в заданиях лишь некоторыми из изученных на курсе техниками графики;
		«неудовлетворительно»	0-54 б. Отсутствие креативности и образности в итоговом проекте, отсутствие целостности и точности концепта проекта, отсутствие всех творческих и индивидуальных заданий, отсутствие демонстрации владения в заданиях всеми изученными техниками графики;



## 8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Чернатони Л.	Брендинг	Учебник	2017	ЭБС «IPRbooks»
2	Мус Р.	Управление проектом в сфере графического дизайна	Практикум	2017	ЭБС «IPRbooks»
3	Шилехина М. С.	Менеджмент и маркетинг в дизайне	Учебно-методическое пособие	2019	Репозиторий ТГУ

### 8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Елисеенков Г. С.	Дизайн-проектирование	Учебное пособие	2016	ЭБС «IPRbooks»

### 8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

–ЭБС «Лань»: e.lanbook.com

–ЭБС «РУКОНТ»: <http://rucont.ru/>

–ЭБС «БиблиоТех»: <http://www.bibliotech.ru/>

–ЭБСIPRbooks: <http://iprbookshop.ru/>

–WebofScience

[Электронный ресурс]:

мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: Clarivate Analytics, 2016. – Режим доступа: [apps.webofknowledge.com](https://apps.webofknowledge.com). – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

–Scopus[Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands:

–Elsevier, 2004– . Режим доступа: [scopus.com](https://scopus.com). – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

–Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва :

–НЭБ, 2000– . Режим доступа: [elibrary.ru](https://elibrary.ru). – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

–NEICON[Электронный ресурс] : электронная информация : архив научных журналов. – Москва: НЭИКОН, 2002. – Режим доступа: [neicon.ru/resources/archive](http://neicon.ru/resources/archive). – Загл. с экрана. – Яз. рус. англ.

### 8.4. Перечень программного обеспечения

№	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc	Договор № 757 от 04.07.2018, срок действия – бессрочно. Контракт № 1653 от 14.12.2018, срок действия – бессрочно.
2	Office Standard: Office Stdandard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition	Договор № 690 от 19.05.2015, срок действия – бессрочно.

### 8.5 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий	Перечень основного оборудования
1	Проектная мастерская. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (С-909).	Стол учебный трехместный, стол преподавательский, стул преподавательский, стулья и кресла дизайнерские, сцена, стулья учебные, доска аудиторная (меловая), доски флипчарт, жалюзи, электроштит, проектор.
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (Г-401).	Стол, стулья, компьютеры.
3.	Помещение для самостоятельной работы обучающихся (С-508).	Доска аудиторная (меловая), столы учебные, стол преподавательский, стулья, шкафы.

