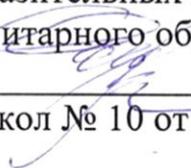


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Прудовская Ольга Юрьевна
Должность: Заведующая кафедрой дизайна
Дата подписания: 28.06.2017 17:18:53
Уникальный программный ключ:
16736d9a9cae005f0e17995450757b2b7b7cabbb1

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение высшего
образования
**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет дизайна, изобразительных искусств и гуманитарного образования
Кафедра дизайна

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета дизайна,
изобразительных искусств и
гуманитарного образования

Гангур Н.А.
Протокол № 10 от 30 мая 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях

Направление подготовки	50.03.01 Искусства и гуманитарные науки
Профиль подготовки	Реклама и визуальные коммуникации
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр
Форма обучения	очная заочная
Года начала подготовки	2017

Краснодар
2017

Рабочая программа предназначена для преподавания обязательной дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях учебного модуля Б1.В.ОД.11 Рекламный дизайн вариативной части базового блока обучающимися очной формы обучения по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки в 8 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «21» апреля 2016 года, приказ № 46би основной профессиональной образовательной программой.

Рецензенты: Кандидат исторических наук,
заместитель директора
по научно-просветительной работе
ГБУККК «Краснодарский краевой
художественный музей имени
Ф. А. Коваленко»

Сальникова Т.А.

Кандидат исторических наук,
доцент кафедры СКД КГИК

Симонян М.С.

Составитель:

Канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры
дизайна КГИК

О. Ю. Прудовская

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры дизайна «30» мая 2017 г., протокол № 10.

Рабочая программа учебной дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях учебного модуля Б1.В.ОД.11 Рекламный дизайн одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «30» августа 2017 г., протокол № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	5
4. Структура и содержание дисциплины	7
4.1. Структура дисциплины	7
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	8
5. Образовательные технологии	15
6. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	15
6.1. Контроль освоения дисциплины	15
6.2. Оценочные средства	16
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	17
7.1. Основная литература	17
7.2. Дополнительная литература	18
7.3. Периодические издания.....	18
7.4. Методические указания и материалы по видам занятий	18
7.5. Программное обеспечение	19
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).....	Ошибка!
Закладка не определена.	
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля) Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях.....	19

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Опыт введения дизайна в образовательные программы показывает, что основная задача не в том, чтобы каждого обучающегося сделать дизайнером, а в том, чтобы сформировать личность, способную вступать осмысленно и продуктивно в межпредметную коммуникацию. Проектная культура предъявляет сегодня свой образ и тип образованности. Ее существование предполагает высокий профессионализм в различных областях знаний и деятельности, способность интегрироваться в разнообразных проектных контекстах.

Основной задачей модуля Б1.В.ОД.11 Рекламный дизайн является ознакомление студентов направления 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки с основами рекламного дизайна: в процессе изучения дисциплины формируется интеллектуальный потенциал менеджеров-управленцев, представление об основных этапах развития дизайна, основных направлениях, принципах и методах дизайн-деятельности.

Основной *целью* дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях является формирование проектного мышления, овладения ознакомительными навыками графического проектирования объектов визуально-коммуникационной среды (информационного пространства) в соответствии с поставленными задачами и требованиями целевой аудитории.

Основными *задачами* дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях являются:

- понимание специфики дизайнерской деятельности и его коммуникационной роли;
- формирование компетентностной характеристики в интересах профессиональной деятельности;
- наработка опыта применения графического инструментария, средств компьютерной графики при решении профессиональных задач;
- развитие художественного и творческого стиля мышления;
- формирование положительной мотивации к обучению, к реализации личностного творческого потенциала и к профессиональному саморазвитию;
- овладение методами анализа дизайн-решения объектов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Как структурный элемент ОПОП ВО по направлению 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки профиль "Реклама и визуальные коммуникации" дисциплина Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях является частью учебного модуля Б1.В.ОД.11 Рекламный дизайн. Дисциплина относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного блока Б1.

Современные условия развития общества ставят новые задачи перед высшим образованием – готовить специалиста, отвечающего изменившимся

запросам общества. Молодые специалисты должны обладать большей, чем вчера, профессиональной мобильностью, что требует достаточно высокого уровня интеллектуальной деятельности. Это обусловлено особенностями новых социально-экономических условий и интенсификацией научно-технического прогресса. Это ставит задачу сотрудничества со многими специалистами в различных областях человеческой деятельности. В связи с вышеуказанным, базовыми дисциплинами для изучения дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях являются: Б1.В.ОД.3 История рекламы, Б1.В.ОД.4 Имиджелогия, Б1.В.ОД.5 Фотографика, Б1.В.ОД.6 Инфографика, Б1.В.ОД.11.1 Теория и практика рекламного дизайна. Сформированные в ходе изучения дисциплин компетенции должны сформировать у студента устойчивое представление об основных видах и формах визуальных коммуникаций. Студент также должен знать:

- принципы композиции;
- психологические особенности восприятия цвета;
- методики маркетинговых исследований;
- историю развития шрифта и шрифтовой культуры;
- стилевые направления графического дизайна;
- компьютерные технологии в рамках профессиональной деятельности студента.

В ходе изучения дисциплины Б1.В.ОД.11.2 Дизайн-проектирование в рекламе и визуальных коммуникациях у студентов развивается навык научных исследований, что в свою очередь повышает их творческий потенциал. Изучение дисциплины оказывает эстетическое воздействие и формирует глубокие, прочные основы чувства прекрасного, субъективно присущего человеку, конкретизирует эстетический идеал человеческого общества, делает этот идеал живым и осмысленным.

Программа адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки профиль «Реклама и визуальные коммуникации»:

а) общепрофессиональных (ОПК):

- способностью анализировать основные контексты социального взаимодействия (ОПК-2);

б) профессиональных (ПК):

– способностью применять полученные знания в области искусств и гуманитарных наук в собственной научно-исследовательской деятельности(ПК-3);

– способностью самостоятельно или в составе творческой группы создавать художественные произведения (ПК-7);

– способностью разрабатывать и реализовывать проекты различного типа в образовательных организациях и культурно-просветительских учреждениях, в социально-педагогической, гуманитарно-организационной, книгоиздательской, массмедийной и коммуникативной сферах (ПК-9).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- особенности восприятия визуальной информации человеком;
- методику и принципы анализа проектной ситуации;
- методику анализа художественно-графического решения дизайн-объектов;
- методы оценки оптимальности проектного решения;
- основы допечатных процессов, технические требования к печати.

уметь:

- составлять техническое задание, определять факторы, требования и нормы предметно-пространственной и социокультурной среды, потребительские предпочтения как условие выполнения дизайн-проекта;
- осуществлять поиск, сбор, анализ и обобщение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом;
- применять композиционные и художественные средства графического дизайна для воплощения концептуального, творческого замысла;
- применять компьютерное оборудование и информационные технологии для решения профессиональных задач;
- выполнять допечатную подготовку дизайн-проекта с учетом технических требований изготовления, составлять необходимую документацию для его реализации;
- обосновать проектное решение и презентовать дизайн-проект.

владеть:

- навыками проектного мышления;
- навыками составления спецификации требований к дизайн-проекту;
- методами поиска новых идей и решений;
- методами определения оптимальности проектного решения.

В итоге изучения курса студент должен уметь применять полученные знания для решения проектных задач в своей профессиональной области.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / з.е.)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1.	Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности	8	24-28	10	4		4	Тестирование просмотр
2.	Плакат	8	29-30	4	8		6	Просмотр, собеседование
3.	Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение	8	31-32	4	6		6	Просмотр, собеседование
4.	Брендбук	8	33-34	4	4		6	Просмотр, защита индивидуального задания
ИТОГО:				22	22		28	зачет

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / з.е.)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1.	Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности	8		4	–		14	Тестирование просмотр
2.	Плакат	8		–	2		14	Просмотр, собеседование
3.	Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного	8		–	2		14	Просмотр, собеседование

	венного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение							
4.	Брендбук	8		–	2		10	Просмотр, защита индивидуального задания
ИТОГО:				4	6		58	зачет

По заочной ускоренной форме обучения на базе СПО

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах / з.е.)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Л	ПЗ	ИЗ	СР	
1.	Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности	6		4	–		14	Тестирование просмотр
2.	Плакат	6		–	2		14	Просмотр, собеседование
3.	Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение	6		–	2		14	Просмотр, собеседование
4.	Брендбук	6		–	2		10	Просмотр, защита индивидуального задания
ИТОГО:				4	6		58	зачет

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
7 семестр			
Раздел 1. Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности			
Тема 1.1. Особенности восприятия информации человеком	<u>Лекции:</u> Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком.	2	ПК-7, 9
	<u>Самостоятельная работа:</u>	2	

	Изучение учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку		
Тема 1.2. Методика дизайн проектирования	<u>Лекции:</u> Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации.	2	ПК-7, 9
Тема 1.3. Условия выразительности графического языка	<u>Лекции:</u> Композиционные и художественные средства рекламного дизайна. Условия выразительности графического языка. Визуальная метафора в дизайне.	2	ПК-7, 9
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Создание композиций. Раппорт. Цветовое решение	2	
Тема 1.4. Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна	<u>Лекции:</u> Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна на зрителя. Форма и контрформа в дизайне	2	ПК-7, 9
Тема 1.5. Стилизация	<u>Лекции:</u> Стилизация. Дизайн-графика в объеме и пространстве	2	ПК-7, 9
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Поиск графических средств выполнения знаковой формы	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка графических листов	2	
Раздел 2. Плакат			
Тема 2.1. Визуальный язык плаката	<u>Лекции:</u> Визуальный язык плаката. Особенности восприятия информации человеком на примере плаката. «Наглядное» и «абстрактное» в плакате	2	ОПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Предпроектный анализ. Выбор тематики плаката	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Аналитический обзор аналогов	2	
Тема 2.2. Условия выразительности плаката	<u>Лекции:</u> Композиционные и художественные средства плаката. Условия выразительности плаката. Цвет. Визуальная метафора в плакате	2	ОПК-2 ПК-3
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка серии плакатов на заданную тему	6	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку. Подготовка графических листов	6	

Раздел 3. Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение			
Тема 3.1. Основы мерчандайзинга	<u>Лекции:</u> Образ товара и дизайн упаковки. Визуальный язык товара. Определение и исследование потребителя. Рекламное продвижение товара. Основы мерчандайзинга	2	ПК-3, 7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Графический образ торговой марки товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку. Подготовка графических листов	2	
Тема 3.2. Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда	<u>Лекции:</u> Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда. Разработка концепции и ее воплощение. Конструирование и оформление упаковки. Объемное и графическое оформление упаковки	2	ПК-3, 7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка торговой марки: концепция и образ, нейминг, слоган, логотип.	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение учебного материала, перенесенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку	2	
Тема 3.3. Допечатная подготовка	<u>Практические занятия (семинары):</u> Допечатная подготовка. Разработка макета и презентация дизайн-проекта	2	ПК-3, 7
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка графических листов	2	
Раздел 4. Брендбук			
Тема 4.1. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<u>Лекции:</u> Разработка фирменного стиля. Бриф. Разработка фирменного знака: методы, приемы, техники разработки. Разработка основных элементов фирменного стиля	2	ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Определение компании / фирмы / организации. Анализ деятельности. определение констант визуальной идентификации (нейминг, слоган, логотип, цветовые сочетания, шрифт, рекламные носители)	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение учебного материала, перене-	2	

	сенного с аудиторных занятий на самостоятельную проработку		
Тема 4.2. Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях	<u>Лекции:</u> Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях. Разработка полиграфической продукции и рекламы	2	ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка макета брендбука и презентация дизайн-проекта. Оформление графической подачи	2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> Подготовка графических листов	4	
Примерная тематика курсовой работы (не предусмотрено)			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (не предусмотрено)			
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		зачет	

По заочной форме обучения

Наименование разделов	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
8 семестр			
Раздел 1. Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности			
Тема 1.1. Особенности восприятия информации человеком	<u>Лекции:</u> Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком.	2	ПК-7, 9
Тема 1.2. Методика дизайн проектирования	<u>Самостоятельная работа:</u> Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации.	4	ПК-7, 9
Тема 1.3. Условия выразительности графического языка	<u>Самостоятельная работа:</u> Композиционные и художественные средства рекламного дизайна. Условия выразительности графического языка. Визуальная метафора в дизайне	4	ПК-7, 9
Тема 1.4. Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна	<u>Лекции:</u> Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна на зрителя. Форма и контрформа в дизайне	2	ПК-7, 9
Тема 1.5. Стилизация	<u>Самостоятельная работа:</u> Стилизация. Дизайн-графика в объеме и пространстве. Поиск графических средств выполнения знаковой формы	6	ПК-7, 9

	Подготовка графических листов		
Раздел 2. Плакат			
Тема 2.1. Визуальный язык плаката	<u>Практические занятия (семинары):</u> Предпроектный анализ. Выбор тематики плаката	2	ОПК-2 ПК-3
	<u>Самостоятельная работа:</u> Визуальный язык плаката. Особенности восприятия информации человеком на примере плаката. «Наглядное» и «абстрактное» в плакате Аналитический обзор аналогов	4	
Тема 2.2. Условия выразительности плаката	<u>Самостоятельная работа:</u> Композиционные и художественные средства плаката. Условия выразительности плаката. Цвет. Визуальная метафора в плакате Разработка серии плакатов на заданную тему	10	ОПК-2 ПК-3
Раздел 3. Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение			
Тема 3.1. Основы мерчандайзинга	<u>Самостоятельная работа:</u> Образ товара и дизайн упаковки. Визуальный язык товара. Определение и исследование потребителя. Рекламное продвижение товара. Основы мерчандайзинга Графический образ торговой марки товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение.	4	ПК-3, 7
Тема 3.2. Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка торговой марки: концепция и образ, нейминг, слоган, логотип	2	ПК-3, 7
	<u>Самостоятельная работа:</u> Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда. Разработка концепции и ее воплощение. Конструирование и оформление упаковки. Объемное и графическое оформление упаковки	6	
Тема 3.3. Допечатная подготовка	<u>Самостоятельная работа:</u> Допечатная подготовка. Разработка макета и презентация дизайн-проекта Подготовка графических листов	4	ПК-3, 7
Раздел 4. Брендбук			
Тема 4.1. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<u>Практические занятия (семинары):</u> Определение компании / фирмы / организации. Анализ деятельности. определение констант визуальной идентификации (нейминг, слоган, логотип, цветовые сочетания, шрифт, рекламные носители)	2	ПК-7
	<u>Самостоятельная работа:</u>	6	

	Разработка фирменного стиля. Бриф. Разработка фирменного знака: методы, приемы, техники разработки. Разработка основных элементов фирменного стиля		
Тема 4.2. Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях	<u>Самостоятельная работа:</u> Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях. Разработка полиграфической продукции и рекламы Разработка макета брендбука и презентация дизайн-проекта. Оформление графической подачи Подготовка графических листов	4	ПК-7
Примерная тематика курсовой работы (не предусмотрено)			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (не предусмотрено)			
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		зачет	

По заочной ускоренной форме обучения на базе СПО

Наименование разделов	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
6 семестр			
Раздел 1. Образ в рекламном дизайне. Основы проектной деятельности			
Тема 1.1. Особенности восприятия информации человеком	<u>Лекции:</u> Образ в дизайне. Особенности восприятия информации человеком.	2	ПК-7, 9
Тема 1.2. Методика дизайн проектирования	<u>Самостоятельная работа:</u> Методика дизайн проектирования. Анализ проектной ситуации.	4	ПК-7, 9
Тема 1.3. Условия выразительности графического языка	<u>Самостоятельная работа:</u> Композиционные и художественные средства рекламного дизайна. Условия выразительности графического языка. Визуальная метафора в дизайне	4	ПК-7, 9
Тема 1.4. Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна	<u>Лекции:</u> Эмоционально-ассоциативное воздействие объекта графического дизайна на зрителя. Форма и контрформа в дизайне	2	ПК-7, 9
Тема 1.5. Стилизация	<u>Самостоятельная работа:</u> Стилизация. Дизайн-графика в объеме	6	ПК-7, 9

	и пространстве. Поиск графических средств выполнения знаковой формы Подготовка графических листов		
Раздел 2. Плакат			
Тема 2.1. Визуальный язык плаката	<u>Практические занятия (семинары):</u> Предпроектный анализ. Выбор тематики плаката	2	ОПК-2 ПК-3
	<u>Самостоятельная работа:</u> Визуальный язык плаката. Особенности восприятия информации человеком на примере плаката. «Наглядное» и «абстрактное» в плакате Аналитический обзор аналогов	4	
Тема 2.2. Условия выразительности плаката	<u>Самостоятельная работа:</u> Композиционные и художественные средства плаката. Условия выразительности плаката. Цвет. Визуальная метафора в плакате Разработка серии плакатов на заданную тему	10	ОПК-2 ПК-3
Раздел 3. Графический образ торговой марки продовольственного / непродовольственного товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение			
Тема 3.1. Основы мерчандайзинга	<u>Самостоятельная работа:</u> Образ товара и дизайн упаковки. Визуальный язык товара. Определение и исследование потребителя. Рекламное продвижение товара. Основы мерчандайзинга Графический образ торговой марки товара: айдентика, упаковка, рекламное продвижение.	4	ПК-3, 7
Тема 3.2. Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда	<u>Практические занятия (семинары):</u> Разработка торговой марки: концепция и образ, нейминг, слоган, логотип	2	ПК-3, 7
	<u>Самостоятельная работа:</u> Методика дизайн-проектирования торговой марки / бренда. Разработка концепции и ее воплощение. Конструирование и оформление упаковки. Объемное и графическое оформление упаковки	6	
Тема 3.3. Допечатная подготовка	<u>Самостоятельная работа:</u> Допечатная подготовка. Разработка макета и презентация дизайн-проекта Подготовка графических листов	4	ПК-3, 7
Раздел 4. Брендбук			
Тема 4.1. Разработка фирменного стиля и руководства по его эксплуатации	<u>Практические занятия (семинары):</u> Определение компании / фирмы / организации. Анализ деятельности. определение констант визуальной идентификации (нейминг, слоган, логотип, цветовые сочетания, шрифт, рекламные	2	ПК-7

	носители)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Разработка фирменного стиля. Бриф. Разработка фирменного знака: методы, приемы, техники разработки. Разработка основных элементов фирменного стиля	6	
Тема 4.2. Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях	<u>Самостоятельная работа:</u> Реализация и развитие фирменного стиля на разноформатных носителях. Разработка полиграфической продукции и рекламы Разработка макета брендбука и презентация дизайн-проекта. Оформление графической подачи Подготовка графических листов	4	ПК-7
Примерная тематика курсовой работы (не предусмотрено)			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (не предусмотрено)			
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)		зачет	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

- информационно-развивающие технологии (самостоятельное изучение литературы, применение информационных технологий, использование электронных средств информации);
- развивающие проблемно-ориентированные технологии (проблемные лекции, учебные дискуссии, поисковые научно-исследовательские работы, проблемное изложение материала преподавателем);
- деятельностные практико-ориентированные технологии (моделирование профессиональной деятельности в образовательном процессе, контекстное обучение, организация профессионально-ориентированной учебно-исследовательской работы);
- личностно-ориентированные технологии.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 22 часа.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт

культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- тестирование;
- защита домашних заданий;
- текущие просмотры

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценок:

- устные ответы;
- оценка выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками, реферативная, исследовательская работа, выполнение заданий в форме реализации НИРС).

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме зачета. Зачет проводится в формате итогового просмотра и защиты графических листов по определенной тематике.

«**Зачет**» заслуживает студент, аккуратно посещающий лекции и практические занятия; выполнивший в полном объеме и защитивший все задания, предусмотренные программой дисциплины.

«**Не зачет**» выставляется студенту, имеющему систематические пропуски, не выполнившему в полном объеме практические и индивидуальные задания, предусмотренные программой дисциплиной.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Приведите примеры объектов рекламного дизайна.
2. Что такое образ?
3. Как реализуются коммуникативные функции дизайна?
4. Как понять тезис «дизайн контролирует движение глаз зрителя»?
5. Почему эмоции зрителя при восприятии имеют первоочередное значение для разработки дизайна?
6. Какова роль позитивного и негативного пространства в дизайн-решении?
7. Почему особое значение имеет анализ визуальных предпочтений целевой аудитории? Как соотносятся предпочтения, ожидания целевой аудитории с выбором средств и приемов дизайна?
8. В чем заключается логика размещения текста и иллюстрации с учетом психологии восприятия зрителем?
9. Роль предпроектного анализа в дизайне.
10. От каких факторов зависит цветовое восприятие?

11. Как выбор художественных средств влияет на коммуникативную роль плаката?
12. Назовите типы плаката и их особенности.
13. Какова методика дизайн-проектирования?
14. Что такое «айдентика»?
15. Раскройте значение упаковки как рекламно-маркетингового средства продвижения товара.
16. Как соотносится дизайн-концепция и рекламная концепция товара?
17. Что такое «мерчандайзинг»?
18. Как технологические особенности производства упаковки влияют на дизайн-решение проекта?
19. Назовите виды рекламных носителей.
20. Перечислите основные компоненты фирменного стиля и их классификацию.
21. Как имидж компании находит отражение в брендбуке?
22. Определите этапы разработки брендбука.

6.2.2. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Дайте определение понятия «дизайн».
2. Образ художественный и образ проектный.
3. Функции объектов рекламного дизайна.
4. Основы эффективного дизайна.
5. Типы зрительского восприятия и способы его активизации.
6. Предпроектный анализ в дизайне: обзор и анализ аналогов.
7. Цветовая гармония в рекламном дизайне. Роль цветовой гаммы в рекламном дизайне
8. Плакат как графическая форма
9. Композиционные приемы в плакатной графике
10. Концепция в дизайне. Рекламная концепция товара. Роль упаковки
11. Виды и типы упаковки
12. Технологии упаковочных производств
13. Рекламные носители. Особенности визуального решения рекламы
14. Компоненты фирменного стиля и их классификация
15. Структура брендбука

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. :Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (29.08.2017).

2. Элам, К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция [Текст] / К. Элам. - СПб : Питер, 2014. - 108 с.

3. Эйри, Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера / Т. Самара. – СПб: Питер, 2014. – 207 с.

7.2. Дополнительная литература

4. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий [Текст] : учеб. пособие / С. Б. Головкин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 423 с.

5. Прудовская, О. Ю. Основы дизайна. Выразительные средства дизайна : учебное пособие / под общ. ред. О. Ю. Прудовской ; А. Р. Багаутдинова, И. Ю. Капустинская. – Омск : Омский государственный институт сервиса, 2009. – 185 с.

6. Самара, Т. Дизайн публикаций. Практикум / Т. Самара. – М.: РИП-холдинг, 2007. – 239 с.

7. Щетинская Н.Б. Адаптация студентов с ограниченными возможностями здоровья к условиям обучения в вузе культуры: Методические рекомендации для преподавателей. – Краснодар: КГИК, 2016. – 42 с.

8. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: Методические рекомендации для студентов. – Краснодар: КГИК, 2016. – 28 с.

9. Руськин В.И. Социокультурная реабилитация студентов-инвалидов средствами искусства в процессе педагогической деятельности: Методические рекомендации. – Краснодар: КГИК, 2016. – 22 с.

7.3. Периодические издания

10. КАК. 2011-2013.

11. Тара и упаковка. 2011-2012.

7.4. Методические указания и материалы по видам занятий

Курс лекций разбит на темы, каждая из которых является логическим продолжением предыдущей.

При чтении лекций необходимо придерживаться следующих рекомендаций:

1. В лекциях необходимо сочетать теоретические материалы и практические примеры, представляющие практику рекламного дизайн-проектирования.

2. Необходимо прослеживать взаимосвязь научных и технических открытий с процессами производства рекламы.

3. С учетом того, что тематика развития дизайн-деятельности в ее современной трактовке является относительно новым явлением, необходимо

достаточно широко освещать ее зарубежный опыт, сопоставляя его с возможностью применения в российских условиях.

4. Для закрепления лекционного материала, подготовки к семинарам и выполнения самостоятельной работы рекомендуется в качестве основной литературы опираться на перечень литературы, указанной в п. 7 РП дисциплины. Учитывая, что тема развития рекламного дизайна, является очень динамичной, необходимо добиваться того, чтобы наряду с базовыми учебниками студенты активно использовали другие источники – аналитические материалы, материалы периодических изданий, включая интернет сайты известных теоретиков и практиков дизайна.

5. Рекомендуется иллюстрировать материалы лекций подробным визуальным рядом.

Практические занятия следует организовывать так, чтобы закрепление лекционного материала проводилось в активных формах, предполагающих значительную работу студентов с конкретными документами, периодическими изданиями и другими информационными источниками. Предполагается проведение семинарских занятий в следующих основных формах:

- *Подготовка и презентация докладов.* Студенты самостоятельно работают с первоисточниками (теоретическими, аналитическими, графическими) и делают в ходе каждого занятия доклады, которые потом обсуждаются в режиме «вопрос-ответ». Эффективной практикой в данном случае является подготовка докладов по отличающимся друг от друга направлениям.

- *Самостоятельные домашние задания,* в ходе которых студенты проводят анализ рекламных проектов российских и зарубежных дизайнеров, готовят сообщения. Анализ таких проектов позволяет студентам вникнуть в практические проблемы дизайн-деятельности и предложить свое решение проблемы. На семинаре преподаватель делает анализ выполненных работ.

- *Текущий контроль знаний студентов* рекомендуется проводить в форме тестирования.

В рабочей программе дисциплины предложен план проведения каждого практического занятия, однако он может быть скорректирован в соответствии с актуальностью той или проблемы, а также интересами и возможностями студенческой аудитории.

Для самостоятельной работы рекомендуется перечень основной и дополнительной литературы, а также методические указания и учебные пособия, разработанные для данной дисциплины.

Текущие результаты контролируются в процессе практических занятий.

Конечным результатом является плановая процедура итогового контроля – **зачет**. Критерии оценки знаний при итоговом контроле определены в рабочей программе дисциплины.

7.5. Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет при-

кладных программ MSOffice 2007; пакет прикладных программ для работы с графикой Adobe Master Collection CS6.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**9. ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
(МОДУЛЯ) Б1.В.ОД.11.2 ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЕ В
РЕКЛАМЕ И ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

на 20__ – 20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

— _____
— _____
— _____
— _____
— _____
— _____
— _____
— _____
— _____
— _____

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____.

Протокол № ___ от « ___ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____/	_____/	_____/	_____/
должность	Подпись	Фамилия И. О.	Дата
_____/	_____/	_____/	_____/
должность	Подпись	Фамилия И. О.	Дата

Заведующий кафедрой

_____/	_____/	_____/	_____/
наименование кафедры	Подпись	Фамилия И. О.	Дата