Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гаврилов Сергей Александрович
Должность: И.О. Ректора
Дата подписания: 19.06.2025 15:48:55
Уникальный программный ключ:
f17218015d82e3c1457d1df9e244def505047355

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский университет
«Московский институт электронной техники»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ А.Г. Балашов
«19» августа 2022 г.
М.П.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Дизайн и рекламные технологии»

Направление подготовки - 54.03.01 «Дизайн»

Направленность (профиль) – «Графический дизайн»

Форма обучения – очно-заочная

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 3D967872996F602E168E55FE1F346D75
Владелец: Беспалов Владимир Александрович
Действителен: с 15.09.2022 до 09.12.2023

Москва 2022

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций образовательных программ:

Компетенция ПК-2 «Способен к разработке дизайн-проектов графической продукции и средств визуальной коммуникации в соответствии с современными технико-технологическими требованиями» сформулирована на основе профессионального стандарта **11.013 «Графический дизайнер».**

Обобщенная трудовая функция - В Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Трудовая функция - В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

Подкомпетенции, формируемые в дисциплине	**Задачи профессиональной деятельности**	**Индикаторы достижения подкомпетенции**
ПК-2.ДиРТ Способен применять методы анализа и моделирования при выполнении дизайн-проектов с использованием рекламных технологий	– проектирование объектов визуальной коммуникации, бренд-идентификации и рекламы;	**Знает** основы рекламной деятельности **Умеет** применять методы анализа и моделирования при выполнении дизайн-проектов с использованием рекламных технологий **Имеет опыт** выполнения дизайн-проектов с использованием рекламных технологий

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Входные требования к дисциплине – Знания, умения, компетенции, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины формируются при изучении следующих дисциплин: История дизайна, науки и техники, Компьютерные настольные издательские системы, Технологии полиграфии, Моделирование в среде AutoCAD, Трехмерное моделирование и визуализация в среде 3DS Max, Фотографика, Компьютерная графика в среде Adobe, Макетирование, Мультимедиа, Web-дизайн, Компьютерная анимация, Техника графики.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Курс	Семестр	Общая трудоёмкость (ЗЕ)	Общая трудоёмкость (часы)	Контактная работа			Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
				Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
3	6	2	72	16	-	8	48	ЗаО

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№ и наименование модуля	Контактная работа			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля
	Лекции (часы)	Лабораторные работы (часы)	Практические занятия (часы)		
1. Дизайн и рекламные технологии	16	-	8	48	Тестирование; Защита рекламного проекта.

4.1. Лекционные занятия

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
1.	1	2	Вводная лекция. Понятие и роль рекламы. Функции рекламы. Виды рекламы. Задачи рекламы. Рекламные коммуникационные технологии. Сущность рекламного процесса. Правовые аспекты рекламной деятельности
	2	2	Маркетинговая основа создания рекламного продукта. Методы оценки рекламной деятельности: фокус-группы, интервью, социологические опросы, пробные продажи, интернет-исследования. Каналы распространения рекламы. PR.
	3	2	Проектирование и технологии производства рекламного продукта Проектирование информационными средствами дизайна. Технологии и средства визуализации. Композиция в дизайне рекламы. Создание рекламного сообщения: основные составляющие (творческий, коммерческий, научный подходы), технологии создания конкретных форм (текстовая, визуальная, символическая и т. д.).

№ модуля дисциплины	№ лекции	Объем занятий (часы)	Краткое содержание
	4	2	Полиграфическая реклама, листовка, буклет, проспект, каталог, стикеры, календарная и сувенирная продукция. Наружная реклама. Креативная реклама. Интернет-реклама. Информационные технологии в дизайне рекламы.
	5	2	Реклама на выставках, ярмарках: основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения. Основы рекламной презентации. Принципы организации выставочного стенда.
	6	2	Определение корпоративного (фирменного) стиля. Основные элементы фирменного комплекса. Товарный знак - требования, предъявляемые к нему. Дизайн-проектирование элементов фирменного стиля.
	7	2	Брэндинг, бренд-билдинг. Методы сбора информации. Техническое задание. Бриф.
	8	2	Классификация рекламной кампании. Планирование рекламной кампании. Разработка концепции рекламной кампании и рекламных акций. ATL и BTL- технологии.

4.2. Практические занятия

№ модуля дисциплины	№ практического занятия	Объем занятий (часы)	Наименование занятия
	1	2	Тестирование
	2-3	4	Рекламный проект. «Концепция рекламной кампании организации» (по выбору): - выбор рекламной идеи-сценария - выбор формы рекламного сообщения - выбор рекламных технологий
	4	2	Рекламный проект. Концепция социальной рекламы. - выбор темы - выбор стиля рекламы (цвет, композиция, слоган)

4.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

4.4. Самостоятельная работа студентов

№ модуля дисциплины	Объем занятий (часы)	Вид СРС
1	8	Работа с учебной литературой, электронными библиотечными системами, открытыми электронными источниками
	2	Подготовка к рубежному контролю (тестирование)
	38	Работа над рекламным проектом «Концепция рекламной кампании организации»

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы студентов в составе УМК дисциплины (ОРИОКС// URL: http://orioks.miet.ru/):

Модуль 1 «Дизайн и рекламные технологии**»**

✓ Методические указания студентам по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии»

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Литература

1. Рожков, И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров/ И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425868 (дата обращения: 01.09.2020). – Режим доступа: для авторизованных пользователей.

2. Управление проектом в сфере графического дизайна : Пер. с англ. / Р. Мус, О. Эррера. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 219 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/95206 (дата обращения: 01.09.2020). – Режим доступа: для авторизованных пользователей.

3. Котлер Ф.Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : Пер. с англ. / Ф. Котлер. - 7-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/95512 (дата обращения: 01.09.2020). – Режим доступа: для авторизованных пользователей.

Нормативная литература

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (последняя редакция) . – Москва. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/ (дата обращения: 01.09.2020)

Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика / Издательский дом "Гребенников". - М. : Гребенников, 1997. – URL: http://grebennikon.ru/journal-8.html (дата обращения: 01.09.2019). – Режим доступа: для авторизованных пользователей

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – URL: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 08.09.2020). – Режим доступа: свободный.

2. Школа рекламиста. Прольем свет на рекламу: сайт. – 2010 – 2020. – URL: https://www.advertiser-school.ru/ (дата обращения: 08.09.2020). – Режим доступа: свободный

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе реализации дисциплины используется **смешанное обучение,** *основанное на интеграции технологий традиционного и электронного обучения, замещении части традиционных учебных форм занятий формами и видами взаимодействия в электронной образовательной среде*.

Освоение образовательной программы обеспечивается ресурсами электронной информационно-образовательной среды ОРИОКС.

Применяются следующие модели обучения: перевернутый класс, гибкая модель, проектное обучение, мозговой штурм.

Применяются методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий: анализ деловых ситуаций; групповые дискуссии по вопросам взаимосвязи дизайна и рекламных технологий в современных экономических условиях.

Для взаимодействия студентов с преподавателем используются сервисы обратной связи: раздел ОРИОКС «Домашние задания», электронная почта, социальные сети WhatsApp, Instagram; платформы Discord, онлайн-офис: Google Docs.

В процессе обучения при проведении занятий и для самостоятельной работы используются внутренние электронные ресурсы в форме тестирования в ОРИОКС.

При проведении занятий используются внешние электронные ресурсы и сервисы

https://www.youtube.com/user/WebPromoExpertSchool/videos - на данном ресурсе расположены визуальные примеры цифровых рекламных продуктов.

Для самостоятельной работы используются внешние электронные ресурсы:

https://netology.ru/programs/obzor-graficheskih-instrumentov-dizajna#/ - на данном портале расположен бесплатный онлайн курс - «Обзор (графических) инструментов дизайна». Это серия видеолекций и практических консультаций, помогающих овладеть основами работы с ключевыми графическими редакторами - Photoshop, Figma, Illustrator, After Effects. Данный онлайн курс встроен в образовательный процесс как дополнительный образовательный ресурс в рамках самостоятельной работы студентов над комплексным заданием (командный проект) - Разработка концепции рекламной кампании организации (по выбору).

В рамках данного онлайн курса студенты проходят обязательные четыре онлайн лекции с практическими консультациями, позволяющие проявить себя как цифровой дизайнер в различных областях рекламной деятельности:

1. Быстрый старт в Photoshop. Студенты осваивают основные функции и инструменты Adobe Photoshop. Вместе с экспертом создают несложную и красивую рекламную графику.

2. Дизайн рекламной графики в Figma. Студенты осваивают основные функции бесплатного онлайн-инструмента Figma. Вместе с экспертом создают дизайн баннеров для рекламы в интернете.

3. Быстрый старт в Illustrator. Студенты осваивают основные функции инструмента Adobe Illustrator. Вместе с экспертом создают быструю и стильную графику для одностраничного сайта.

4. Воркшоп по моушн-дизайну в After Effects, студенты осваивают процесс создания рекламного ролика в популярном сейчас стиле кинетической типографики с помощью Adobe After Effects.

Студенты записываются и проходят данный курс с учетом условий - к началу практических занятий по проектированию рекламного проекта «Концепция рекламной кампании организации» онлайн курс «Обзор (графических) инструментов дизайна» должен быть освоен не менее чем на 50%. Тематику для практических консультаций в рамках онлайн курса «Обзор (графических) инструментов дизайна» студент согласовывает с преподавателем дисциплины «Дизайн и рекламные технологии». Итоги прохождения онлайн курса студент демонстрирует в виде созданного им одного из рекламных продуктов: стильная графика для одностраничного сайта; дизайн баннеров для рекламы в интернете; рекламная графика; рекламный ролик в рамках тематики комплексного задания (командный проект) - Разработка концепции рекламной кампании организации (по выбору).

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень программного обеспечения**
Учебная аудитория	Персональный компьютер (1.шт.) с возможностью подключения к сети «Интернет», мультимедийное оборудование.	Операционная система Windows; Microsoft Office ; Acrobat Reader DC; Интернет-браузер; Adobe.

Наименование учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность учебных аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Перечень программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ОРИОКС	Операционная система Windows; Microsoft Office ; Acrobat Reader DC; Интернет-браузер

10. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ/ПОДКОМПЕТЕНЦИЙ

ФОС по подкомпетенции ПК-2.ДиРТ «Способен применять методы анализа и моделирования при выполнении дизайн-проектов с использованием рекламных технологий».

Фонд оценочных средств представлен отдельным документом и размещен в составе УМК дисциплины электронной информационной образовательной среды ОРИОКС// URL: http://orioks.miet.ru/.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Особенности организации процесса обучения

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» включает в себя лекции, на которых студенту даются теоретические основы рекламной деятельности и практические занятия, на которых студенты учатся применять методы анализа и моделирования при выполнении дизайн-проектов с использованием рекламных технологий.

Во время, отведенное на самостоятельную работу, студенты выполняют комплексное задание (командный проект) - Разработка концепции рекламной кампании организации (по выбору), направленное на приобретение опыта выполнения дизайн-проектов с использованием рекламных технологий.

Работа над проектом проходит в 4 этапа:

1 этап:

- выбор продукта или услуги выбранной организации
- заполнение и анализ брифа на создание рекламного продукта или услуги
- анализ аналогов (прототипов)

2 этап:

- выбор рекламной идеи-сценария
- выбор формы рекламного сообщения
- поиск визуальной идеи
- выбор рекламных технологий

3 этап:

- дизайн-проектирование основных элементов фирменного стиля организации

4 этап:

- создание презентации «Концепция рекламной кампании организации» с использованием мультимедийных средств.

- составление аналитической записки концепции рекламной кампании организации.

Каждый из этапов работы над проектом оценивается по выполненным критериям. Сумма выполненных критериев формирует итоговый балл.

Защита проекта проходит во время зачета (с оценкой) в форме презентации командного проекта. По итогам представления проекта присутствующие могут высказывать свои замечания. Задачей студентов является защитить свой концептуальный и творческий замысел.

За качественно выполненный проект студент может набрать в сумме до 30 баллов.

11.2. Система контроля и оценивания

Для оценки успеваемости студентов по дисциплине используется накопительная балльная система.

Баллами оцениваются: выполнение каждого контрольного мероприятия в семестре (в сумме 54 баллов), активность в семестре (в сумме 16 баллов) и сдача зачета (30 баллов).

По сумме баллов выставляется итоговая оценка по дисциплине. Структура и график контрольных мероприятий доступен в ОРИОКС// URL: http://orioks.miet.ru/ .

РАЗРАБОТЧИК:

Профессор кафедры ИГД,
доктор культурологии, профессор _____ /Г.И.Фазылзянова/

Рабочая программа дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», направленности (профилю) - «Графический дизайн» разработана на кафедре ИГД и утверждена на заседании кафедры 21 апреля 2022 года, протокол № 7.

Заведующий кафедрой ИГД _____ /Т.Ю. Соколова/

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа согласована с Центром подготовки к аккредитации и независимой оценки качества

Начальник АНОК _____ / И.М.Никулина /

Рабочая программа согласована с библиотекой МИЭТ

Директор библиотеки _____ / Т.П.Филиппова /