


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

 /Н.С. Сафронов/

(подпись)
Зав. кафедрой дизайна и
культуры интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 218/08 от 29.01.2024г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Конструирование рекламы
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3 - очная форма обучения; 3 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Гончарова Наталья Владимировна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат социологических наук
	Кафедра психологии и педагогики	Доцент, Кандидат социологических наук

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

формирование у студентов представления о специфике творческого процесса в создании рекламы, о разнообразии стилевых и жанровых изобразительных компонентов рекламы, использование знаний о которых в будущей профессиональной деятельности поможет грамотно и результативно работать над созданием эффективной рекламной кампании

Задачи освоения дисциплины:

- ♦ изучение современных теоретических подходов и практических решений рекламного творчества.
- ♦ овладение технологий конструирования рекламы.
- ♦ выработка у студентов глубоких знаний, умений и навыков рекламного творчества, а так же понимание характерных для него процессов

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Конструирование рекламы» относится к числу дисциплин блока Б1.В.ДВ.02, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ПК-2.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Цифровой маркетинг, Планирование PR-кампаний, Планирование рекламных кампаний, Основы интегрированных коммуникаций, Основы брендинга, Продвижение СМИ, Профессионально-творческая практика, Речевые коммуникации в связях с общественностью и рекламе, Современная массовая культура и медиа, Преддипломная практика, Управление общественным мнением, Продвижение информационных продуктов и услуг, Креативные технологии в рекламе, Социальная реклама, Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Дизайн в рекламе, Организация рекламных и PR-мероприятий, Коммуникации в политических процессах и институтах, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-2 Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении кампаний и мероприятий по продвижению продуктов	<p>знать: принципы и приемы разработки конструирования рекламы, основы образостроения в рекламе;</p> <p>уметь:</p>

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
	грамотно и результативно работать над созданием эффективной рекламы включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы, приобрести навыки моделировании творческо-производственного процесса создания рекламы владеть: базовыми визуальными технологиями; возможностями современной печати.

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		5
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	36
Аудиторные занятия:	36	36
Лекции	-	-
Семинары и практические занятия	36	36
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	36	36
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание выполнения задания, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Оценивание выполнения задания, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	-	-
Всего часов по дисциплине	72	72

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		6
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	-	-
Семинары и практические занятия	8	8
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание выполнения задания, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Оценивание выполнения задания, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет
Всего часов по дисциплине	72	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Раздел1.Композиция в рекламе							
Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.	8	0	4	0	0	4	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1.2. Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы	8	0	4	0	0	4	Тестирование, Оценивание выполнения задания
Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы							
Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа	8	0	4	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнение задания)
Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	8	0	4	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнение задания)
Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики							
Тема 3.1. Тема 6. Фотография	8	0	4	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнение задания)
Тема 3.2. Тема 5. Графика	8	0	4	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнение задания)
Тема 3.3. Тема 7. Типографика	8	0	4	0	0	4	Проверка решения задачи (выполнение задания)
Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции	8	0	4	0	0	4	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнение задания)
Раздел 4. Раздел 4. Конструирование отдельных видов рекламы							

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка	8	0	4	0	0	4	Тестирование
Итого подлежит изучению	72	0	36	0	0	36	

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Раздел1.Композиция в рекламе							
Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.	7	0	1	0	0	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 1.2. Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы	7	0	1	0	0	6	Тестирование, Оценивание выполнения задания
Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы							

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа	9	0	1	0	0	8	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	9	0	1	0	0	8	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики							
Тема 3.1. Тема 6. Фотোগрафика	7	0	1	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.2. Тема 5. Графика	7	0	1	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.3. Тема 7. Типографика	7	0	1	0	0	6	Проверка решения задачи (выполнения задания)
Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции	7	0	1	0	0	6	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Раздел 4. Раздел 4. Конструирование отдельных видов рекламы							
Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная	8	0	0	0	0	8	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
реклама и ее типы, упаковка							
Итого подлежит изучению	68	0	8	0	0	60	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Раздел 1. Композиция в рекламе

Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.

Конструирование рекламы: приемы привлечения внимания, приемы мотивации, приемы «кредита доверия». Понятие композиции. Художественная композиция. Механическая и символическая роль композиции. Способы организации композиции. Доминанта композиции. Понятие равновесия в композиции. Принципы композиции. Единство в композиции. Соразмерность композиции. Выделение главного в композиции. Принцип четкости и простоты в композиции.

Тема 1.2. Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы


Черновой набросок, черновой эскиз композиции. Общий вид. Эскиз. Макет. Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки. Применение модульной сетки в макетировании. Соотношение элементов композиции. Гармоничность композиции. Оптические иллюзии. Оптический вес. Влияние формы. Правильная и неправильная форма. Контраст по цвету, размеру, стилю, форме. Современная символика. Визуальная перегрузка.

Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы

Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа

Понятие рекламного образа, характеристики рекламного художественного образа. Психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителей. Сюжетно-тематическая основа рекламного образа. Типы рекламных образов • Назовите и охарактеризуйте проектные приемы разработки рекламного образа название и вербальный стиль, визуальный стиль, рекламный персонаж, сквозная рекламная идея.

Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Понятие цветового круга. Цветовой круг И. Ньютона. Спектральные и не спектральные цвета. Основные цвета. Первичные, вторичные, третичные цвета. Дополнительные цвета. Понятие контраста. Теория движения цвета В. Кандинского. Смешивание цветов. Цветовая диагностика. Символическое значение цвета в имажитивной рекламе. Переконструирование рекламных образцов с целью создания наибольшего визуального интереса.

Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики

Тема 3.1. Тема 6. Фотографика

Понятие фотографии. Принципы фотографии. Влияние правильной и неправильной формы на композиционное решение.

Тема 3.2. Тема 5. Графика

Понятие графики. Назначение рисунка в рекламном дизайне. Виды графики в рекламном дизайне. Особенности рисунка, деловая графика, понятие оптических иллюзий

Тема 3.3. Тема 7. Типографика

Допечатная подготовка рекламных материалов. растр, его виды. виды печати. понятие пост-принт


Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции

Рекламный текст как коммуникативная единица. Старый стиль. Современный стиль. Египетский стиль. Рубленый шрифт. Рукописный шрифт. Декоративный шрифт. Times New Roman – шрифт XX века. Типология шрифта. Историческая классификация шрифта. Национальные классификации. Особенности современных шрифтов. Понятие удобочитаемости шрифта. Понятие кегля. Интерлиньяж. Базовая линия шрифта. Система измерения шрифта. Использование выключки. Направление шрифта. Использование курсива. Приемы графической трансформации слова. Роль шрифта. Рисунок шрифта. Категории шрифта. Семейства шрифтов. Ограничения и область возможного использования шрифтов

Раздел 4. Раздел 4. Конструирование отдельных видов рекламы

Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка

Элементы печатной рекламы. Виды печатной рекламы: модульная, строчная, рубричная, спонсорская, клубная, многостраничная, вкладываемая. Правила дизайна печатной рекламы. Наружная реклама. Особенности дизайна наружной рекламы. Факторы конструирования упаковки. Принципы выбора визуальных средств в конструировании упаковки.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Раздел 1. Раздел 1. Композиция в рекламе

Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.

Вопросы к теме:

Очная форма

Задания:

- Работа с иллюстративными изображениями: виды композиций: плоскостная, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная.

- Работа с иллюстративными заготовками: способы организации композиции. Доминанта композиции. Понятие равновесия в композиции.

- Задания на отработку принципов композиции. Открытая, закрытая композиция. Единство в композиции. Соразмерность композиции. Выделение главного - доминанты в композиции. Принцип четкости и простоты в композиции.

- Отработка приемов композиционной организации

Конструирование рекламы: приемы привлечения внимания, приемы мотивации, приемы «кредита доверия». Понятие композиции. Художественная композиция. Механическая и символическая роль композиции. Способы организации композиции. Доминанта композиции. Понятие равновесия в композиции. Принципы композиции. Единство в композиции. Соразмерность композиции. Выделение главного в композиции. Принцип четкости и простоты в композиции.

Тема 1.2. Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы

Вопросы к теме:


Очная форма

- Вопросы:

- Черновой набросок, черновой эскиз композиции.
- Общий вид. Эскиз. Макет.
- Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки.
- Применение модульной сетки в макетировании.
- Соотношение элементов композиции. Гармоничность композиции.
- Оптические иллюзии. Оптический вес.
- Влияние формы. Правильная и неправильная форма.
- Контраст по цвету, размеру, стилю, форме.
- Современная символика. Визуальная перегрузка.

- Презентации, обсуждения докладов

- Задание: Опишите словами, каким будет художественное оформление следующих ситуаций: офисный работник за компьютером, человек гуляет в парке с собакой. Представьте привычные образы необычным способом. Визуализация идеи в виде мудборда

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы

Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа

Вопросы к теме:

Очная форма

- Вопросы к теме:

- Понятие рекламного образа, характеристики рекламного художественного образа.
- Назовите психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителей
- Охарактеризуйте сюжетно-тематическую основу рекламного образа
- Приведите примеры различных типов рекламных образов
- Назовите и охарактеризуйте проектные приемы разработки рекламного образа название и вербальный стиль, визуальный стиль, рекламный персонаж, сквозная рекламная идея.

Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы

Вопросы к теме:

Очная форма

- Вопросы к теме:

- Понятие цветового круга. Цветовой круг И. Ньютона.
 - Спектральные и не спектральные цвета. Основные цвета. Первичные, вторичные, третичные цвета. Дополнительные цвета. Понятие контраста.
 - Теория движения цвета В. Кандинского.
 - Смешивание цветов.
 - Что такое цветовая диагностика?
 - Показать на примерах отличие восприятия цвета в разных странах.
 - Символическое значение цвета в имажитивной рекламе.
 - Переконструирование рекламных образцов с целью создания наибольшего визуального интереса.
- Практическое занятие – оценка дизайн-решения рекламного объекта

Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики


Тема 3.1. Тема 6. Фотографика

Вопросы к теме:

Очная форма

- Вопросы

- Основные правила съемки .
- Освещение в фотографии

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- . Композиция в фотографии. В чем отличие гармоничной композиции от негармоничной.
 - Что такое фотографика
 - Влияние правильной и неправильной формы на композиционное решение.
 - Перспектива. Правило «золотого сечения». Стиль в фотографии. Виды фотографий
 - Практическое задание: Спланируйте съемку для фотографии рекламы товара X

Тема 3.2. Тема 5. Графика

Вопросы к теме:

Очная форма

- Вопросы к теме:

- что такое графика
- какого назначения рисунок в рекламном дизайне
- какие виды графики используются в рекламном дизайне
- в чем особенности рисунка,
- что такое деловая графика
- перечислить существующие оптические иллюзии.
- Практическое задание:
 - Проранжировать предоставленные фигуры по оптическому весу.
 - Рассмотрите на примерах контраст по цвету, размеру, стилю, форме.

Тема 3.3. Тема 7. Типографика

Вопросы к теме:

Очная форма

- Вопросы к теме:

- В чем заключается допечатная подготовка рекламных материалов?
- Что такое растр, и какие встречаются виды растра?
- Перечислить виды печати.
- Что входит в понятие пост-принт?
- Практическое занятие на базе полиграфического предприятия


Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы:

- Назвать конструктивные единицы на уровне слова, строки, страницы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

- Что такое базовая линия шрифта и интерлиньяж?
 - Назвать отличие большой капители от малой.
 - Перечислить особенности современной национальной классификации шрифта.
 - Перечислить все элементы внутри кегельной площадки.

Раздел 4. Раздел4. Конструирование отдельных видов рекламы

Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка

Вопросы к теме:


Очная форма

- Вопросы:

- Перечислить элементы печатной рекламы. Элемента текста. Заголовок. Подзаголовок. Основной текст. Слоган. Девиз. Элементы дизайна или оформления. Иллюстрация. Логотип. Макет.
- Найти различные виды печатной рекламы: модульная, строчная, рубричная, спонсорская, клубная, многостраничная, вкладываемая.
 - Перечислить правила дизайна печатной рекламы.
 - Назвать психологические аспекты рекламы малых форм.
 - Построить классическую рекламную композицию из предоставленных элементов.
 - Что такое пиктограммы, ритм, единство?
 - Описать содержание линий.
 - Назвать виды рекламных блоков и их классификации.
 - Дать определения следующим понятиям: постер, брендмауэр, билборд, пилларс, растяжки, строительная сетка, сити-формат.
 - Что входит в понятие световая реклама.
 - Особенности дизайна наружной рекламы в России. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Наиболее эффективные средства наружной рекламы.
 - Отличие и сходство транспортной рекламы с другими рекламными носителями. Реклама на остановках. Сроки проведения наружной рекламы. Внутренняя и внешняя транзитная реклама.
 - Когда следует менять упаковку по Ф.Мергелайзу.
 - Назвать факторы конструирования упаковки.
 - Перечислить принципы выбора визуальных средств в конструировании упаковки.
- Практическое задание: конструирование социальной рекламы. Разработка макета рекламного плаката.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Приемы привлечения внимания, приемы мотивации, приемы «кредита доверия»
2. Понятие и функции композиции
3. Способы организации композиции
4. Принципы композиции
5. Этапы проектирования визуальной рекламы
6. Черновой набросок и эскиз композиции. Макет
7. Композиция в ТВ рекламе. Особенности раскадровки
8. Виды композиции
9. Гармоничность композиции.
10. Понятие рекламного образа, его характеристики. Типологии рекламного образа
11. Элементы рекламного образа
12. Понятие цветового круга. Цветовой круг И. Ньютона. Понятие контраста
13. Теория движения цвета В. Кандинского
14. Национальные особенности восприятия цвета.
15. Понятие цветовой диагностики
16. Понятие фотографии в рекламе
17. Основные правила съемки. Освещение. Композиция. Перспектива. Правило «золотого сечения»
18. Стиль в фотографии. Виды фотографий.
19. Рекламная графика: рисунок, оформительская графика, фирменный стиль и его элементы, деловая графика, чертеж

20. Допечатная подготовка рекламных материалов (текстов, иллюстраций).
21. Постпечатные процессы
22. Типология шрифта. Историческая классификация шрифта. Национальные классификации
23. Особенности современных шрифтов.
24. Система измерения шрифта.
25. Рисунок шрифта. Категории шрифта. Семейства шрифтов
26. Рекламный текст как коммуникативная единица.
27. Дизайн-решения печатного изделия,
28. Дизайн наружной рекламы и ее виды
29. Дизайн транзитной рекламы
30. Виды упаковок. Факторы конструирования упаковки.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Раздел1.Композиция в рекламе			
Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 1.2. Тема 2. Этапы	Проработка учебного материала с	4	Тестирование, Оценивание

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
проектирования визуальной рекламы	использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.		выполнения задания
Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы			
Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики			
Тема 3.1. Тема 6. Фотографика	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 3.2. Тема 5. Графика	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 3.3. Тема 7. Типографика	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	
Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Раздел 4. Раздел4. Конструирование отдельных видов рекламы			
Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. Раздел1.Композиция в рекламе			
Тема 1.1. Тема 1. Понятие и функции композиции.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Тема 1.2. Тема 2. Этапы проектирования визуальной рекламы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование, Оценивание выполнения задания
Раздел 2. Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы			
Тема 2.1. Тема 3. Понятие рекламного образа	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	
Тема 2.2. Тема 4. Цвет в дизайне рекламы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	
Раздел 3. Раздел 3 Разработка рекламной графики			
Тема 3.1. Тема 6.Фотография	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 3.2. Тема 5. Графика	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	
Тема 3.3. Тема 7. Типографика	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 3.4. Тема 8. Шрифтовые композиции	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	6	Тестирование
Раздел 4. Раздел4. Конструирование отдельных видов рекламы			
Тема 4.1. Тема 9. Дизайн-решения печатного изделия, наружная реклама и ее типы, упаковка	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы основная


1. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник / Л. Н. Федотова. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 449 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/536261> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-16649-1 : 1779.00. / .— ISBN 0_524183

2. Колышкина Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 262 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/541448> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-10041-9 : 1109.00. / .— ISBN 0_524818

дополнительная

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин ; В. Д. Курушин. - Саратов : Профобразование, 2019. - 271 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Лицензия до 24.09.2024. - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-5-4488-0094-8. / .— ISBN 0_149902

2. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межерицкая [и др.] ; Л. С. Деточенко, В. В. Лобко, Н. В. Межерицкая [и др.]; под редакцией А. В. Овруцкого; В. О. Пигулевского. - Харьков : Издательство «Гуманитарный Центр», 2015. - 432 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

30.07.2026 (автопродлонгация). - электронный. - Электрон. дан. (1 файл). - URL: <http://www.iprbookshop.ru/110152.html>. - Режим доступа: ЭБС IPR BOOKS; для авторизир. пользователей. - ISBN 978-617-7022-47-2. / .— ISBN 0_269752

3. Запекина Н. М. Технологии полиграфии : учебное пособие / Н. М. Запекина. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 178 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/541434>. - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-10598-8 : 819.00. / .— ISBN 0_522585

учебно-методическая

1. Гончарова Н. В. Конструирование рекламы : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 352 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_41633.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:


1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.gosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com**: электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс[Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.


12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Кандидат социологических наук	Гончарова Наталья Владимировна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО