

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
КОНЦЕПЦИИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА В РЕКЛАМЕ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.03
Трудоемкость в зачетных единицах:	7 семестр - 5;
Часов (всего) по учебному плану:	180 часов
Лекции	7 семестр - 8 часов;
Практические занятия	7 семестр - 12 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	7 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	7 семестр - 157,5 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	проводится в рамках часов аудиторных занятий
включая:	
Домашнее задание	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	7 семестр - 0,5 часа;

Москва 2022

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Николаева Д.А.
	Идентификатор	R67be3d14-NikolayevaDA-721b24d

(подпись)

Д.А. Николаева

(расшифровка подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

(подпись)

М.В. Вовк

(расшифровка подписи)

Заведующий выпускающей
кафедры

(должность, ученая степень, ученое звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка подписи)

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: Целями освоения дисциплины являются формирование у обучающихся знаний законов построения дизайна в рекламе на основе современных тенденций в графическом дизайне, изучение комплекса знаний в области дизайна и рекламных технологий

Задачи дисциплины

- изучение основ теории дизайна и рекламных технологий;
- применение правил и законов дизайна на практике при создании эффективной рекламы;
- развитие образного мышления;
- изучение современных решений в графическом дизайне;
- воспитание эстетической культуры и развитие художественных и творческих способностей студентов.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-2 _{ПК-1} Демонстрирует навыки создания дизайн-проектов рекламной продукции	знать: - основные этапы и принципы проектирования рекламы. уметь: - создавать эффективный дизайн рекламной продукции.
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную коммуникационную стратегию и организовывать процесс создания и внедрения дизайн-проектов рекламной продукции на различных стадиях ее реализации	ИД-3 _{ПК-1} Демонстрирует способности к организации внедрения дизайн-проекта рекламной продукции на различных стадиях реализации коммуникационной стратегии	знать: - современные методы рекламного проектирования. уметь: - использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Дизайн в рекламе (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.	24	7	1	-	2	-	-	-	-	-	21	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне." <u>Изучение материалов литературных источников:</u> [2], стр. 96-115	
1.1	Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы.	24		1	-	2	-	-	-	-	-	-	21		-
2	Креативная концепция рекламного продукта.	25		2	-	2	-	-	-	-	-	-	21	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного
2.1	Этапы проектирования визуально- графической рекламы.	25		2	-	2	-	-	-	-	-	-	21	-	

	Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.												дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Голографическая реклама товаров или услуг."	
3	Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.	25		2	-	2	-	-	-	-	-	21	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Анализ и подбор 10-ти 3D работ."
3.1	Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая	25		2	-	2	-	-	-	-	-	21	-	<u>Изучение материалов литературных</u>

	эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности.												<u>источников:</u> [4], стр. 118-203
4	Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.	24	1	-	2	-	-	-	-	-	21	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Рекламная афиша в стиле стекломорфизм"
4.1	Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток.	24	1	-	2	-	-	-	-	-	21	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [3], стр. 75-91
5	Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.	24	1	-	2	-	1	-	-	-	20	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного
5.1	Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая	24	1	-	2	-	1	-	-	-	20	-	

	графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры.												дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация."	
6	Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.	24		1	-	2	-	1	-	-	-	20	-	<u>Подготовка домашнего задания:</u> Подготовка домашнего задания направлена на отработку умений решения профессиональных задач. Домашнее задание выдается студентам по изученному в разделе "Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна." материалу. Дополнительно студенту необходимо изучить литературу и разобрать примеры выполнения подобных заданий. Проверка домашнего задания проводится по представленным письменным работам. Тема "Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам."
6.1	Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульты. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе.	24		1	-	2	-	1	-	-	-	20	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u> [1], стр. 124-128
	Экзамен	34.0		-	-	-	-	-	-	-	0.5	-	33.5	
	Всего за семестр	180.0		8	-	12	-	2	-	-	0.5	124	33.5	
	Итого за семестр	180.0		8	-	12	2	-	-	0.5	157.5			

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.

1.1. Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы.

2. Креативная концепция рекламного продукта.

2.1. Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. Аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.

3. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.

3.1. Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности.

4. Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.

4.1. Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток.

5. Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.

5.1. Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры.

6. Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.

6.1. Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульта. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе.

3.3. Темы практических занятий

1. Креативная концепция рекламного продукта.;
2. Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.;
3. Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.;
4. Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.;
5. Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.;
6. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность..

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Индивидуальные консультации по курсовому проекту /работе (ИККП)

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)						Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	6	
Знать:								
основные этапы и принципы проектирования рекламы	ИД-2ПК-1	+	+	+	+	+	+	Домашнее задание/Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне Домашнее задание/Голографическая реклама товаров или услуг
современные методы рекламного проектирования	ИД-3ПК-1		+		+	+	+	Домашнее задание/Анализ и подбор 10-ти 3D работ Домашнее задание/Рекламная афиша в стиле стекломорфизм
Уметь:								
создавать эффективный дизайн рекламной продукции	ИД-2ПК-1					+	+	Домашнее задание/Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация
использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности	ИД-3ПК-1					+	+	Домашнее задание/Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

7 семестр

Форма реализации: Выполнение задания

1. Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание)
2. Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание)
3. Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание)
4. Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание)
5. Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)
6. Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №7)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльнорейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих.

В диплом выставляется оценка за 7 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Техническая эстетика. Труды ВНИИТЭ. Вып.60. Творческие направления в современном зарубежном дизайне. : [сборник статей] / Гос. ком. СССР по науке и технике, ВНИИТЭ ; отв. ред. Е. В. Черневич. – М. : ВНИИТЭ, 1980. – 148 с.;
2. Агостон, Ж. Теория цвета и ее применение в искусстве и дизайне : пер. с англ. / Ж. Агостон. – М. : Мир, 1982. – 181 с.;
3. А. А. Романов, Р. В. Каптюхин- "Реклама. Интернет-реклама: учебно-практическое пособие", Издательство: "Московский государственный университет экономики, статистики и информатики", Москва, 2005 - (315 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90738>;
4. Антипов К. В.- "Основы рекламы", (3-е изд.), Издательство: "Дашков и К", Москва, 2017 - (328 с.)
<https://e.lanbook.com/book/93404>.

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Майнд Видеоконференции.

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Национальная электронная библиотека - <https://rusneb.ru/>
4. ЭБС "Консультант студента" - <http://www.studentlibrary.ru/>
5. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	М-809, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	М-809, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	М-809, Учебная аудитория	парта со скамьей, стол преподавателя, стул, доска меловая
	Ж-120, Машинный зал ИВЦ	сервер, кондиционер
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-303, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	М-909, Помещение кафедры «РСиЛ»	кресло рабочее, рабочее место сотрудника, стол, стол для работы с документами, стул, шкаф, шкаф для документов, шкаф для одежды, тумба, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, стенд информационный
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	М-901а, Архивное помещение ГПИ	кресло рабочее, стеллаж для хранения книг, стул

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Концепции современного дизайна в рекламе

(название дисциплины)

7 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Анализ и подбор 5-ти современных концепций в дизайне (Домашнее задание)
 КМ-2 Голографическая реклама товаров или услуг (Домашнее задание)
 КМ-3 Анализ и подбор 10-ти 3D работ (Домашнее задание)
 КМ-4 Рекламная афиша в стиле стекломорфизм (Домашнее задание)
 КМ-5 Флэт-иллюстрация и 2D иллюстрация (Домашнее задание)
 КМ-6 Рекламный плакат с отсылкой к современным культурным образам (Домашнее задание)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5	КМ-6
		Неделя КМ:	1	2	3	4	5	6
1	Специфика дизайна. Теоретические концепции западного и отечественного дизайна.							
1.1	Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий. Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы. Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств России и других стран. Поиск эффективных примеров рекламы.		+	+				
2	Креативная концепция рекламного продукта.							
2.1	Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.		+	+	+	+		
3	Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов. Рекламная кампания как системная деятельность.							

3.1	Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности.	+	+				
4	Создание дизайн-концепции: техники и инструменты для поиска идей.						
4.1	Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения рекламного продукта. Поиск идей исходя из задачи рекламы и месте ее размещения. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Дизайн и печать упаковки и этикеток.	+	+	+	+		
5	Ручная работа и компьютерные алгоритмы в дизайне.						
5.1	Принципы компьютерной графики. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика. Принципы представления растровой и векторной информации, примеры.	+	+	+	+	+	+
6	Отсылки к искусству и сюжеты массовой культуры.						
6.1	Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Коммерческий характер масскульта. Жанры массовой культуры - музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм, искусство и их влияние на дизайн в рекламе.	+	+	+	+	+	+
Вес КМ, %:		20	15	15	15	15	20