

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 30 » июня 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

<b>Б1.В.ДВ.05.02</b>	<b>Комплексная рекламная деятельность</b>
(Индекс дисциплины)	(Наименование дисциплины)
Кафедра: <b>16</b>	<b>Дизайна рекламы</b>
Код	Наименование кафедры
Направление подготовки: <b>54.04.01 Дизайн</b>	
Профиль подготовки: <b>Дизайн рекламы</b>	
Уровень образования: <b>Магистратура</b>	

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	<b>108</b>		
	Аудиторные занятия	<b>51</b>		
	Лекции			
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	51		
	Самостоятельная работа	21		
	Промежуточная аттестация	<b>36</b>		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	2		
	Зачет			
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			
<b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)</b>		<b>3</b>		

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная		<b>3</b>										
Очно-заочная												
Заочная												

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»**

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным  
образовательным стандартом высшего образования  
по направлению 54.04.01 Дизайн

на основании учебного плана № 2/1/434

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая  Обязательная  Дополнительно является факультативом   
Вариативная  По выбору

## 1.2. Цель дисциплины

*Сформировать компетенции обучающегося в области комплексной рекламной деятельности*

## 1.3. Задачи дисциплины

- *Рассмотреть типологию основных видов рекламы в области программы дисциплины в связи с развитием науки, техники и технологии*
- *Раскрыть принципы проектирования рекламного графического дизайна на основе творческой деятельности научно-исследовательской, научно-технической деятельности*
- *Продемонстрировать особенности проектирования рекламного образа видео-аудио-рекламы на основе современных информационных технологий и маркетинга*

## 1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-4	Подготовленность к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту	<i>первый</i>
<b>Планируемые результаты обучения</b> Знать: 1) классификацию и типологию основных видов рекламы в области программы дисциплины; взаимодействие рекламных дизайнерских и архитектурных установок при проектировании средового образа с учетом особенностей комплексного развития рекламной деятельности, в связи с развитием науки, техники и технологии Уметь: 1) Самостоятельно обрабатывать, интерпретировать и применять в своей творческой деятельности научно-исследовательские и научно-технические разработки в области графического дизайна Владеть: 1) Навыками научно-исследовательских и научно-технических разработок в области рекламной деятельности, основами маркетинга, световой, видео-аудио-рекламы.		

## 1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Академический рисунок (ПК-4)
- Академическая живопись (ПК-4)
- Графический дизайн в рекламе (ПК-4)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Учебный модуль 1. Проектирование рекламного графического дизайна.</b>			
Тема 1. Теоретические и практические модели разработки рекламной концепции товара.	16		
Тема 2. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара.	18		
<b>Текущий контроль 1 просмотр</b>	<b>2</b>		
<b>Учебный модуль 2. Проектирование рекламного образа</b>			
Тема 3. Дизайн-проектирование рекламного образа: творческая концепция рекламного обращения.	16		
Тема 4. Дизайн-проектирование рекламного образа: тактика и стратегия коммуникации.	18		
<b>Текущий контроль 2 просмотр</b>	<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине ЭКЗАМЕН</b>	<b>36</b>		
<b>ВСЕГО:</b>	<b>108</b>		

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

### 3.1. Лекции

не предусмотрено

### 3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	теоретические и практические модели разработки рекламной концепции товара <i>Семинар</i>	2	12				
2	анализ проектных технологий воплощения рекламной концепции товара <i>Практическая работа</i>	2	13				
3	Создание графического изображения рекламного образа: <i>Практическая работа</i>	2	13				
4	Создание графического изображения рекламного образа в связи с тактикой и стратегией коммуникации. <i>Практическая работа</i>	2	13				
<b>ВСЕГО:</b>			<b>51</b>				

### 3.3. Лабораторные занятия

не предусмотрено

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

не предусмотрено

## 5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1,2	<i>просмотр</i>	2	2				

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Подготовка к практическим занятиям	2	21				
Подготовка к экзамену	2	36				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>57</b>				

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	не предусмотрено			
Практические и семинарские занятия	поиск вариантов решения проблемных ситуаций (case-study),	23		
Лабораторные занятия	не предусмотрено			
<b>ВСЕГО:</b>		<b>23</b>		

### 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

#### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	<i>Аудиторная активность: посещение практических и семинарских занятий</i>	20	5 баллов за работу на практических занятиях и семинарских занятиях (17 занятий в семестре), Максимум 85 баллов 15 баллов подготовку к практическим занятиям разработка предварительных эскизов Максимум 15 баллов <b>Максимум 100 баллов</b>
2	<i>Прохождение текущего контроля</i>	40	50 баллов за каждый текущий контроль - просмотр (2 просмотра в семестр). <b>Максимум 100 баллов</b>
3	<i>Сдача экзамена</i>	40	Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 50 баллов. Выполнение творческих заданий – 50 баллов. <b>Максимум 100 баллов.</b>

Итого (%):

100

### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60		
40 – 50	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

#### а) основная учебная литература

1. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52633>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 538 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948.html>.— ЭБС «IPRbooks»

#### б) дополнительная учебная литература

1. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 121 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Брайен Форд Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов [Электронный ресурс]/ Брайен Форд, Джей Борнстайн, Патрик Пруэтт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41367>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
3. Визуальные искусства в современном художественном и информационном пространстве [Электронный ресурс]: сборник научных статей/ Т.В. Агеева [и др.]— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016.— 308 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55755>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

7. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепов И.Ш.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57167>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: **практическое пособие**/ Измайлова М.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10958.html>.— ЭБС «IPRbooks»

### 8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2015811](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811), по паролю.
2. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2014550](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550), по паролю.

### 8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Интернет-портал «Российской газеты» [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/>
2. Русский музей [Электронный ресурс]: <http://rusmuseum.ru/>

3. Сетевое издание «РИА Новости» [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]: <http://publish.sutd.ru>

**8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):**

1. Windows 10;
2. OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmc;
3. Adobe Creative Cloud for Teams.

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

1. Стандартно оборудованная аудитория;
2. Видеопроектор с экраном;
3. Компьютер.

**8.6. Иные сведения и (или) материалы**

1. Студенческие работы из методфонда.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	не предусмотрено
Практические занятия	<p>На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• работа с информационными источниками, с иллюстративным материалом;</li> <li>• подготовка ответов к контрольным вопросам,</li> <li>• просмотр рекомендуемой литературы</li> <li>• поиск композиционных решений</li> <li>• подбор и анализ аналогов, выявление приемов, используемых для создания работы</li> <li>• выполнение практических заданий</li> </ul>
Лабораторные занятия	не предусмотрено
Самостоятельная работа	<p>Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации;</p> <p>Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>Следует предварительно изучить методические указания по выполнению самостоятельной работы, сбор материалов по изучаемой теме, отработка графических упражнений</p> <p><b>При подготовке к экзамену</b> необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания (теста, перечнем вопросов, пр.), проработать рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя, подготовить презентацию материалов.</p>

## 10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК- 4/ <i>первый этап</i>	Объясняет технологию использования современных научно-технических разработок в области дизайна.	Вопросы для устного собеседования	<i>Перечень вопросов для устного собеседования (8 вопросов)</i>
	Применяет и интерпретирует современные научно-технические разработки в области рекламы для своей творческой, научно-исследовательской и производственной деятельности.	Творческое задание	<i>Один тип заданий</i>
	Определяет принципы научно-технических разработок в области графического дизайна и применяет их при проектировании дизайн проектов.	Творческое задание	<i>Один тип заданий</i>

#### 10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

##### Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
86 - 100	5 (отлично)	<i>Критическое и разностороннее рассмотрение предложенного для переустройства проекта, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям, развернутый полный ответ на вопрос</i> <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
75 – 85	4 (хорошо)	<i>Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки. полный ответ на вопрос</i> <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
61 – 74		<i>Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, ответ на вопрос</i> <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
51 - 60	3 (удовлетворительно)	<i>Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. не полный ответ на вопрос</i> <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
40 – 50		<i>Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Ответ на вопрос с неточностями.</i> <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	<i>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы, ответ не точный, с ошибками.</i> <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
1 – 16		<i>Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей.</i> <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>
0		<i>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы, на вопрос нет ответа.</i> <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b>



**10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

**10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Брэндинг: долгосрочная стратегия разработки рекламного образа.	1
2	Структура плана рекламной компании	1
3	Композиционные и рекламные закономерности в разработке рекламной концепции товара	2
4	Конструктивные элементы рекламного воздействия.	2
5	Характеристика видов рекламных сообщений в системе массовой коммуникации.	3
6	Визуальные технологии рекламных обращений.	3
7	Преобразование идеи в творческий образ в дизайн-проектировании рекламного образа	4
8	Преобразование идеи в зримый образ в дизайн-проектировании рекламы	4

**Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено**

**10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено**

**Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п / п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	<p><b>Тема1. Проектирование рекламного графического дизайна.</b></p> <p><b>Задание:</b> Разработать практическую модель разработки рекламной концепции товара на основе ситуационного анализа компании</p>	

	 <p style="text-align: center;">пример выполнения задания</p>
<p>2 <b>Тема 2. Проектирование рекламного образа</b></p> <p><b>Задание:</b> Разработать макет - объектов рекламной концепции товара, слоган, заголовок, рекламное обращение,</p>	 <p style="text-align: center;">Пример выполнения задания</p>

### 10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций

#### 10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

#### 10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

\*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

#### 10.3.3. Особенности проведения экзамен

экзамен проводится в форме просмотра творческих заданий. Студенту задаются теоретические вопросы по пройденным учебным модулям, вопросы по выполненным творческим заданиям, в соответствии с показателями оценивания компетенций

